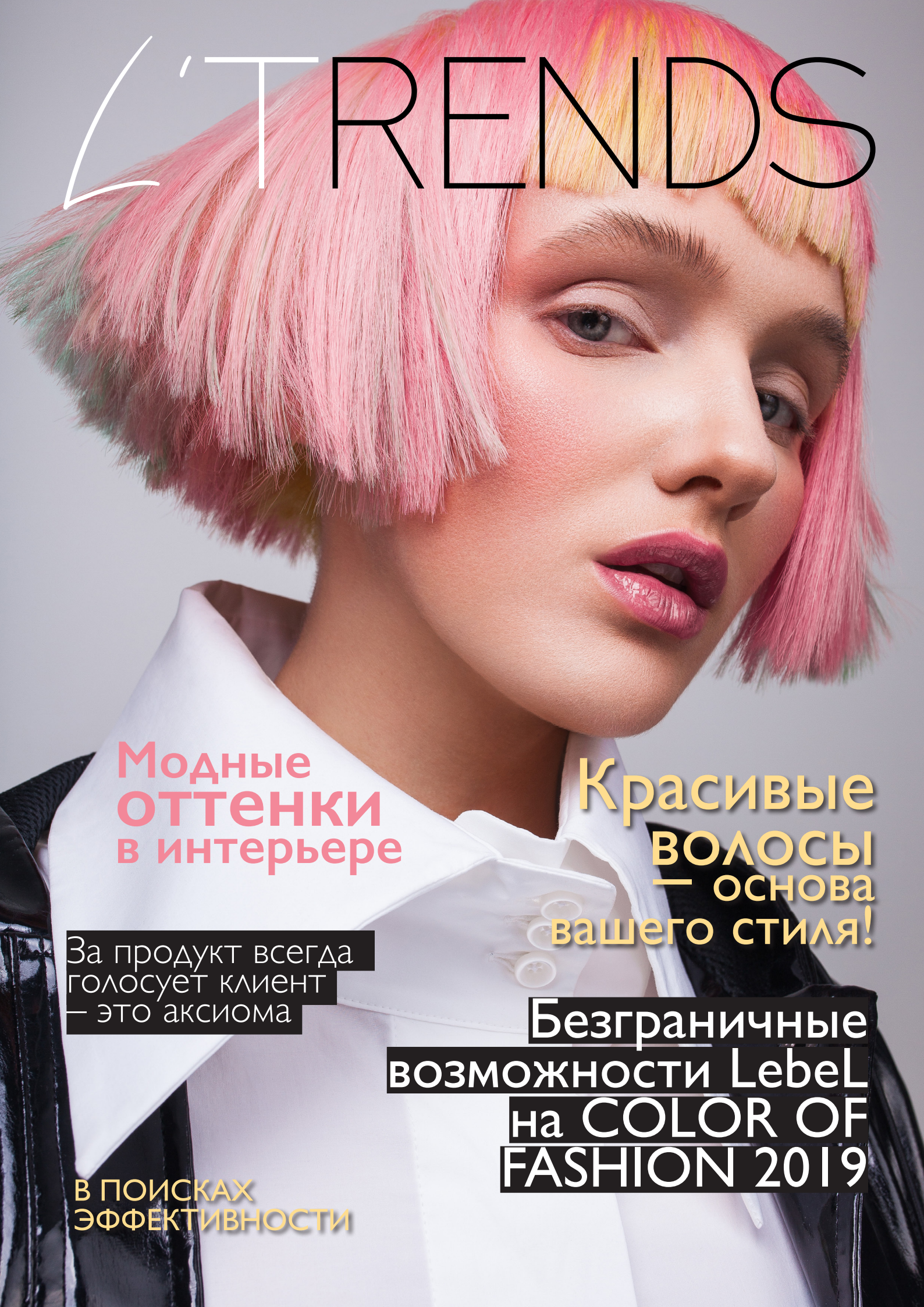

L'TRENDS
Модные оттенки в интерьере
Красивые волосы — основа вашего стиля!
За продукт всегда голосует клиент — это аксиома
Безграничные возможности LebeL на COLOR OF FASHION 2019
В ПОИСКАХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

ESTESSIMO

Уникальные возможности для ухода за волосами

CELCERT

• создает волосы мечты •

• PRO • HAIR • ASSISTANT •

lebel.ru

МОСКВА +7 (495) 123 38 90
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ +7 (812) 493 21 28/29

Since 1921 Japan

TAKARA BELMONT

Вапоризатор Micro Mist
Эксклюзивно для салонов красоты

tandem-takara.ru

От редактора

В наше современное время имидж решает многие вопросы - и в личной жизни, и в деловой. Как выглядим мы и пространство вокруг нас, создает то самое первое неизгладимое впечатление, которое прокладывает дальнейший наш путь и от которого так трудно избавиться, если вдруг образ выбран неточный.

Создание грамотного имиджа - дело не сиюминутное и не простое и требует вмешательства профессионалов. И первое, над чем стоит здесь подумать, это прическа и макияж. Согласитесь, создавая строгий деловой образ, даже просто надев лаконичное платье или классический костюм, вы будете выглядеть строго и авторитетно. Но если ваши волосы при этом не будут приведены в порядок, это разом перечеркнет все рассчеты на успех. Или, к примеру, вам нужен креативный, артистический образ, вы выбираете яркие вещи, создаете умопомрачительный цветовой микс, надеваете - оп! А вас-то и не видно!

ГЛАВНЫЙРЕДАКТОР СВЕТЛАНАПОПОВА

Прически не хватает - интересной формы, эффектного окрашивания в духе последних тенденций. Даже художественный беспорядок на голове должен быть создан со знанием всех тонкостей мастерства. Я уже не говорю о том, что волосы при всех этих манипуляциях нужно сохранить живыми и здоровыми. Вернее об этом нужно думать и говорить в первую очередь.

Каждый из нас в течение жизни сталкивался хотя бы с одной из проблем касательно здоровья волос - истончение, ломкость, перхоть, седина, выпадение и другие. Обнаружили - тревога, паника... Что делать? А вот у японцев нет беспокойства по всем этим поводам - у них есть средства для решения каждой из проблем. Компания Tandem, являясь эксклюзивным представителем японской корпорации Takara Belmont, на протяжении 16 лет предлагает и российским ценителям красоты средства для поддержания здоровья волос в самом необходимом ассортименте.

В чем секрет успеха? В исключительно натуральных компонентах в основе всех средств, сбалансированности включенных ингредиентов, использовании самых новых научных исследований, применении знаменитых японских технологий, точной выверенности результата. Достаточно сказать, что одно только «Абсолютное счастье» стало настоящим счастьем для многих клиентов салонов красоты. Линейка ESTESSiMO творит чудеса омолаживания с помощью стволовых клеток зеленых яблок, запуская Stop Time комплекс, коллекция уходов Veige на основе уникальной системы глубокого восстановления волос - Fito Nano Bot является настоящей терапией для волос, серия Cool Orange борется с выпадением волос, стайлинговые уходы TRIE позволяют создавать прически любой сложности как в салонах, так и в домашних условиях, при этом сохраняя естественный вид, качество и здоровье волос.

Имиджевые характеристики бьюти-пространств также впрямую влияют на выбор клиента. Особенно в формате премиум. И здесь оборудование и мебель для салонов красоты от Takara Belmont не имеет равных. Продуманность на сто шагов вперед каждого элемента, механизма, технологического этапа, впечатления конечного потребителя, высочайшее качество и всегда современный дизайн - вот что подкупает предпринимателей сферы красоты в выборе оснащения Takara Belmont.

Академия профессионального мастерства LebeL запускает обновленный формат обучающих, навыковых программ для профессионалов бьюти-сферы в новой, обустроенной по последнему слову технологий и дизайна студии.

Одним словом, здоровье, красота, эстетика, знания, качество, традиции - это то, что вы найдете здесь, это то, что составит ваше Счастье и станет вашим лучшим имиджем.

Фото обложки:
ОЛЬГА ПОМОГАЕВА
LA PARISIENNE PUNK

МОДЕЛЬ:
Дарья Трушек

ФОТОГРАФ:
Анастасия Солодовникова

COLOR OF FASHION 2019

Над номером работали:

Статьи, новости, анонсы:
Татьяна Пекач, Кристина Унишкова,
Ани Месропян, Валерия Казина,
Елена Йайгын, Мария Токарева,
Лилия Сопяник, Александра Щеблыкина,
Светлана Попова

Дизайн:
Анастасия Морару,
Анастасия Воронцова

Производство и печать:
Александра Щеблыкина

Тираж 999

Содержание

FASHION&BEAUTY

8 Безграничные возможности LebeL на Color of Fashion 2019
18 Что теперь носят?
22 МЕНЯЕМ FOMO НА JOMO И ПУСКАЕМСЯ В ПУТЬ
24 Участие с неизменно превосходным результатом
26 Палитра Color Trends - 2019
28 Блогеры о LebeL
30 Под надежной защитой
32 Красивые волосы – изюминка вашего стиля!

BEAUTY PROF

34 За продукт всегда голосует клиент – это аксиома
40 У мужчин свои секреты
44 Красота спасет мир
– и я хочу приложить к этому руку…
48 Знание + красота = качество и успех!
50 Советы технологов
56 Союз разума и простоты
60 Aestetica Studio
62 Креативность и профессиональный подход
– основа индивидуальности
66 В поисках эффективности
70 АКАДЕМИЯ LebeL

Профессиональное оборудование и эксклюзивный мужской уход

TAKARA BELMONT

Since 1921 Japan

THEÓ

Заряд экстремальной свежести
Капсулы с водой альпийских ледников
Комплексный научный подход

lebel.ru

lebel.ru

МОСКВА +7 (495) 123 38 90
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ +7 (812) 493 21 28/29

tandem-takara.ru

ООО «МТ Тандэм», ОГРН 1117746435201 дата регистрации 03.06.2011 год
119270, г Москва, наб Лужнецкая, 6 / стр 1, Эт/пом/Ком 1/I/24
г. Санкт-Петербург, Приморский район, ул. Мебельная, дом 5

Fashion

Безграничные возможности LebeL на COLOR OF FASHION 2019

Конкурс среди профессионалов – это всегда достойный повод заявить о себе громко, раскрыться новой гранью, рассмотреть шире свой потенциал. А конкурс в парикмахерском искусстве это еще и удивительное соприкосновение с красотой, модой, яркими тенденциями, новейшими технологиями и людьми - с их всегда неповторимой внешностью. COLOR OF FASHION от LebeL - ежегодный конкурс красоты, где парикмахеры и колористы всей России и стран СНГ демонстрируют свое стерство в искусстве создания целостно- образа – окрашивание и стрижка, подкнутые грамотно подобранными комом и аксессуарами. И это еще не что возможно благодаря конкур- Конечная цель для всех участков – поездка в Париж на главпрофессиональное событие года – Чемпионат мира по парикмахерскому искусству OMC Hairworld – 2019, чтобы увидеть ход конкурса в числе первых.

&Beauty

Арпине Саакян
GREEN DREAM

PARIS

OMC-HAIRWORD

На протяжении многих лет японская корпорация TAKARA BELMONT (производитель профессиональной косметики LebeL) оказывает всестороннюю поддержку мастерам из разных стран мира в их творчестве и профессиональном развитии. Эксклюзивный дистрибьютор LebeL в России и СНГ – ГК Tandem в 2019 году обеспечила все условия для проведения международного конкурса COLOR OF FASHION 2019, благодаря чему мастера из салонов красоты России и стран СНГ получили уникальную возможность принять в нем участие.

Уже в сентябре 2019 года победители конкурса COLOR OF FASHION от LebeL смогут побывать на мастер-классах самых известных кутюрье от парикмахерского искусства из США, Великобритании, Франции, Италии и Японии и многих других стран мира. На протяжении трех дней финалисты конкурса COLOR OF FASHION 2019 от LebeL будут изучать новые коллекции амбассадоров и креативных директоров всемирно известных школ по парикмахерскому искусству, посещать профессиональные конференции парикмахеров и общаться с мастерами из ведущих салонов мира. Помимо этого, победители COLOR OF FASHION 2019 от LebeL смогут присутствовать на всех соревнованиях Чемпионата мира по парикмахерскому искусству, а также на церемонии вручения всемирного «парикмахерского Оскара», где будут названы победители в различных номинациях конкурса.

Тема конкурса 2019 года - FASHION IN LIVE. Это образ молодой энергичной девушки, способной наслаждаться своей красотой, оставаясь модной и современной. С точки зрения техники, это креативный женский образ с выполнением стрижки, окрашивания и укладки и с учетом самых горячих модных трендов.

Призовой фонд COLOR OF FASHION 2019 от LebeL внушительный и весьма привлекательный для конкурсантов. Кроме поездки в Париж это участие в спецпроекте ведущего глянцевого журнала для парикмахеров HAIR'S HOW, годовой запас продукции LebeL, анонсирование имени и фото работ на главном профессиональном сайте LebeL.ru и в группах LebeL в социальных сетях, вручение главного приза-трофея (статуэтка конкурса COLOR OF FASHION 2019), именной сертификат об участии в конкурсе и выдающемся результате работы.

Светлана Тилишевская
MODERN STYLE

Максим Сотников
BLITZ

Юлия Седова
CLASSIC AND ROCK

Анастасия Растворова
BLUE BIRDS

Диана Ахмадеева
FASHION CONSTRUCTIVISM

Дарина Иордан
АЛИСА

Валентина Сопрун
LET YOURSELF
BE YOURSELF

Марина
Крушельницкая
CANDY

Светлана Шмидт
НЕОСУПРЕМАТИЗМ

Юлия Феоктистова
CANDY GIRL

Камила Шаимова
FLASHING LIGHTS

Марина
Москалева
70'S GLAM
ROCK

Алексей Лихачев
ГРАНИ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ

Юлия Славинская
WATERCOLOR INSPIRATION

ОЦЕНИВАТЬ РАБОТЫ БУДЕТ КОМПЕТЕНТНОЕ ЖЮРИ. ЭТО ПРОФЕССИОНАЛЫ С БОЛЬШОЙ БУКВЫ, ЗНАТОКИ И ПРАКТИКИ СВОЕГО ДЕЛА.

Алексей Осипчук - двукратный чемпион Европы и Серебряный чемпион мира по парикмахерскому искусству, владелец салонов и автор методики Park by Osipchuk.
Tsubasa Kamitani - парикмахер года - 2018 в Японии, владелец сети салонов Screen в Японии, амбассадор LebeL.
Елена Немцева - парикмахер проекта «Рогов. Студия 24» на канале СТС, владелица студии красоты, член Креативной Ассамблеи Интеркуаффюр Россия.
Ксения Никитина - создатель и креативный директор школы профессионального макияжа ICONFACE. Чемпион Мира, Чемпион России и Украины по макияжу.
Keita Saita - ведущий стилист-технолог бренда LebeL в Японии.
Като - стилист, парикмахер-колорист, мастер цветного окрашивания, основатель Kato Studio, блогер.
Ольга Мараховская - заместитель главного редактора журнала Hair's How в Hair's How в России.

При отборе победителей жюри учитывает выполнение непременных условий, среди которых использование исключительно продукции бренда LebeL, создание оригинальных работ для конкурса, привлечение только профессиональных моделей, визажистов и фотографов. Приветствуется создание цельного образа, однако акцент должен быть сделан именно на прическе. И, конечно, важно соответствие заявленной теме – девушка в образе FASHION IN LIVE. Голосование происходит вслепую — имя и страна проживания участников скрыты от судей. Жюри оценивает лишь качество работы и креативность.
Критерии оценивания распределяются так: 60% приходятся непосредственно на технику окрашивания и выбранные цвета в соотношении со стрижкой и укладкой, 20% - соответствие работы современным модным тенденциям, 20% - характеризуют общее видение, креативность и интерпретацию мастером выбранного тренда, то есть образ в целом (одежда, макияж, освещение и качество фотографии).

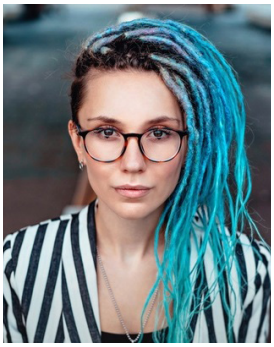
Алексей Осипчук

Tsubasa Kamitani

Елена Немцева

Ксения Никитина

Keita Saita


Като

редакция HAIRs

Ну а теперь мы все в предвкушении: ждем результатов и решения компетентного жюри. Кто же из авторов этих потрясающих воображение феерических образов поедет на мировой чемпионат в Париж и, очень возможно, впоследствии станет законодателем мировой моды в России?!

Мила Левина
КОРАЛЛОВЫЙ РИФ

Что теперь носят?

Наступили такие времена, когда в моде все, абсолютно все. Нет строгих ограничений, не важна чистота стиля, даже наоборот приветствуется острая эклектичность, фьюжн и прочие вариации на эту тему. В пору схватиться за голову – что же выбрать!!! Давайте определим направления и распределим тенденции, дабы придти хоть к какой-то цельности и пониманию: как создать драматический образ, что нужно романтику и натуралу, что никак не испортит классика и девушку с внешностью подростка.

Драматик

Неудивительно, что восточные мотивы давно, прочно и, судя по всему, надолго завоевали умы дизайнеров. Где еще встретишь такое роскошное сочетание цвета, объемные формы, экзотические цветы в виде принтов и аппликаций?! Как нельзя лучше такие образы подойдут девушкам с очень выразительной внешностью. Сюда же отнесем и модели с пышными рукавами-буфами в ярких неоновых оттенках. Аксессуары могут быть столь же необычными и фактурными. Например, обувь на толстой платформе, авангардные решения каблуков, остроносые ботильоны, монолитные вьетнамки и гэта с использованием дерева и трикотажа. Геометрические сумочки будут колоритно смотреться на фоне всего комплекта. А пять капель модного аромата, где насыщенными нотами играет пион – цветок с глубоким смыслом (в Китае и Японии он символизирует удачу, здоровье, богатство и почет), – дополнят роскошную атмосферу всего образа.

Классик

Невозмутимость классика отлично выразит костюм в спокойных кремовых тонах, пусть он даже будет как будто с чужого плеча - это нисколько не нарушит впечатления. Плиссированные платья из плотной или летящей ткани будут уместны и в офисе, и на свидании, а легкая асимметрия будет выполнять роль небольшой перчинки в тихом омуте образа. Какие же сумочки в этом сезоне придут на помощь современной аристократке? Конечно, обновленный ридикюль и изящная поясная сумочка. Обувь стоит выбрать лаконичную по форме – отлично будут смотреться остроносые и невысокие kitten hills, а также универсальные женские монки и челси, уместные в любой сезон и любую погоду. В аромате стремление к чистоте и наслаждение простой красотой жизни выразит сочетание артемизии, бергамота и тростника.

Романтик

Для романтического настроения у дизайнеров всегда есть предложение. В нынешнем сезоне это в первую очередь горошек – разновеликий, разноцветный, разноритмичный. Конечно же, цветы – везде, где только можно придумать: на платьях, бомберах, брюках, колготках, сумочках, в волосах, на шляпках. И даже тканевые большие розы выступают мощным акцентом на однотонных платьях. В противовес к крупным принтам романтикам предлагаются микроскопические сумочки в виде уменьшенной копии своих «старших» товарищей. Обувь станет логическим продолжением этой истории – повседневные пуанты и изящные, легковесные босоножки и туфельки с тонкими и часто прозрачными деталями. Тонкий шлейф аромата, пробуждающего чувства и желания, с нотами гардении, листьев корицы, мускуса и сандала, завершающий костюмную композицию, заставит все сердца вокруг биться чаще.

Натурал

Естественность, простота, комфорт, обворожительная диковатость, свобода – это то, что привлекает натурала. И подиум делает здесь предложение, от которого сложно отказаться, – это платья из хлопкового кружева. Шитье снова в моде, да здравствуют 80-е! Для тех, кто любит погорячее, предлагаются «рыболовные сети» всех фасонов и мастей. Достойным дополнением этих сюжетов станут сандалии, отделанные перышками, и изящные туфельки с кистями и бахромой. Плетеные сумки, ворвавшиеся в прошлом году на подиум, произвели эффект разорвавшейся бомбы. Теперь же их не имеет только тот, кто очень занят. Ароматным завершением природной истории станут, например, духи без спирта. Этот тренд особенно силен на Востоке: там парфюмеры часто используют масла и традиционные местные ароматические воды без спирта, хотя эта тенденция стала заметна и на Западе.

Гамин

Говорят, маленькая собачка до старости щенок? Да есть такие девушки - вечные подростки. Что же им предлагает креативное дизайнерское око? Стремительно всходит на пик модного Олимпа психоделический тай-дай или по-нашему «джинсовая варенка». Заодно вспомним 60-е, время хиппи, фестиваль Woodstock, но, как выяснилось, в японской культуре еще с древности существует и используется техника связывания и окрашивания вещей — сибори. Одежда в виде анорака также прочно удерживает модные позиции. Эта удобная, свободной формы вещь, с яркими вставками и выразительными деталями, придаст солидности и уверенности девушке невысокого роста. А еще прекрасная тема - подчеркивать линию талии, завязывая на талии куртки, рубашки и свитеры – небрежно, ненарочито. Все эти истории органично дополнят кроссовки, которых на подиуме просто «миллион» - ну какие красивые!!! Или новые оксфорды – тоже прекрасный вариант для стильных экспериментов. Сумка кросс-боди с широким ремнем уравновесит спортивность, которая так идет гаврошам, а если хочется подчеркнуть хрупкость, то большой шопер станет лучшим выбором. Аромат, создающий атмосферу образов, будет заключать в себе силу и хрупкость, свежесть и чувственность посредством, к примеру, лепестков цветка апельсинового дерева, плодов эвкалипта и роскошного кедра.

Меняем FOMO на JOMO и пускаемся в путь

О модных тенденциях мы задумываемся не только, когда хотим купить одежду, изменить прическу, обновить автомобиль – мода касается всего, что нас окружает, и проигнорировать это никак не получится.
Сначала один большой оригинал начинает пробовать новое, затем у него появляются последователи, и, глядишь, количество повторений уже вылилось в тенденцию. Приятно попасть в тот момент, когда тенденция еще не докатилась до масс, но уже и не позволяет набить шишек первооткрывателя. Так здорово, когда прощупана почва, отработан маршрут, но остались нехоженые тропки, которые дадут насладиться моментом новизны. О чем это мы? О путешествиях, конечно! Самом манящем формате активного отдыха большинства из нас.

КОРОТКИЕ ПУТЕШЕСТВИЯ ВЫТЕСНЯТ ДЛИТЕЛЬНЫЕ ПОЕЗДКИ

Чтобы отправиться в долгое путешествие, нужно иметь возможность взять большой полноценный отпуск или работать в свободном режиме, помимо того совсем не помешают - приличный запас денег и уверенные навыки самостоятельного планирования поездок. Картина в большинстве случаев утопическая - как правило, мы связаны узами постоянной работы в офисе и о каких-нибудь длительных зимовках, кругосветках, покорениях вершин и спа-программах санаторного формата остается только мечтать. Поэтому заядлые путешественники все чаще будут предпринимать короткие, но более частые вылазки. Вырваться на три-четыре дня из рутины – отличный план для перезагрузки, тем более что повторять его несколько раз в год смогут даже те, кто слишком загружен работой или имеет скромный бюджет. Зато сколько их ждет разнообразных впечатлений за весь этот год! Уже сама дорога до места следования – это же сплошная романтика: движение вперед, созерцание далей и мест, интересные знакомства с попутчиками. Польза для малых городов тоже велика (если мы говорим о России), ведь путешественники начинают посещать не самые популярные, но по-своему колоритные локации, куда в длительный отпуск они вряд ли бы выбрались.

КОМАНДИРОВКИ И ПУТЕШЕСТВИЯ КАК ОДНО ЦЕЛОЕ

Это одна из ключевых тревел-тенденций 2019-го. Подойдет тем, кто часто ездит в небольшие бизнес-командировки. В этом случае стоит прихватить пару-тройку дней, для того чтобы сделать передышку, восстановить силы, ведь дорога – дело нелегкое, особенно когда приходится бежать сразу с корабля на бал.
Деловые путешественники будут стремиться получить максимальный экспириенс именно в командировках. Для этого стоит сразу выбрать отель со спа-программой и бассейном, по дороге узнать про достопримечательности, выбрать гастрономические точки, исследовать ночную жизнь города. Ведь если есть возможность побывать в новом месте, куда, возможно, никогда и не вернешься – почему бы не использовать ее по полной?

ИНТЕРНЕТ-ДЕТОКС И РАДОСТЬ ЧТО-ТО ПРОПУСТИТЬ

Тревел-эксперты отмечают, что на смену синдрому FOMO - страх пропустить что-то важное и интересное - придет противоположный и освобождающий –
JOMO – радость от пропуска информации.
Мы все чаще будем стремиться отключиться от сети и не быть вечно на связи. А чтобы отвлечься от кажущихся незавершенных дел, повседневности и потоков ненужной информации, мы все чаще будем выбирать для отдыха экотуризм. Нетронутые уголки природы, исследовательские или пешие маршруты, агронаправления – в таких поездках рука сама не потянется за гаджетом, да и в большинстве случаев просто-напросто не будет связи и интернета. Обратить свой взор стоит в сторону Лаоса, Индии, Перу или Кении, а в России - Байкала, Карелии, тундры и тайги.

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ПУТЕШЕСТВИЙ

Путешественники продолжат искать индивидуальные впечатления и отдельный личный опыт без пакетных туров с групповыми экскурсиями, разрекламированными достопримечательностями и системой «все включено». Популярные города, уставшие от туристов, уже и так начали отходить на второй план, и на первые места выходят поездки в Африку на сафари. Популярными становятся хайкинг, пешие паломнические маршруты, винные и гастрономические туры во Францию, Италию, Грузию или Армению, беговой или велотуризм, яхтенные регаты и так далее.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ПРОНИКНЕТ И В ТРЕВЕЛ

В этом году самые продвинутые технологии доберутся и до путешественников: появятся сервисы на базе искусственного интеллекта, которые помогут планировать поездки. Искусственный интеллект будет собирать информацию о прошлых путешествиях пользователя, анализировать его интересы и предпочтения и на основе полученных данных предлагать направления и прокладывать маршруты. При этом эксперты призывают оставаться бдительными и тщательно следить за тем, кому вы передаете и позволяете использовать свои персональные данные.

ПУТЕШЕСТВИЕ ВО ФЛАКОНЕ

А это просто интересно: как впечатление, полученное в поездке, вдохновляет на создание нового и превращает это в тенденцию.
Парфюмеры стараются перенимать опыт и традиции разных стран, чтобы привнести что-то новое в свои работы. Например, обычай распылять легкие парфюмы в азиатских домах вдохновил Франсиса Куркджяна на создание невесомого Maison Francis Kurkdjian's Aqua Universalis. Примечательно, что мода на чуть горькие и свежие ароматы в азиатском стиле отлично прижилась и на Западе, доказательство — успех Penhaligon's Luna с яркой лимонной начальной нотой, чистым жасмином в сердце и хвойным шлейфом и прохладного травяного L'Artisan Parfumeur Sur l'Herbe. Последние ароматы Louis Vuitton, созданные известным парфюмером Жаком Кавалье, призваны передать атмосферу Лос-Анджелеса: это вдохновленный цветами Sun Song, Cactus Garden, напоминающие о залитых калифорнийским солнцем зеленых садах, полных лемонграсса и бергамота. Afternoon Swim — свежий и яркий, как прыжок в прохладный бассейн утром. А художник Алекс Израэль специально создал для флаконов художественные тревел-чехлы, еще более подчеркнув тему путешествий.

УЧАСТИЕ С НЕИЗМЕННО ПРЕВОСХОДНЫМ РЕЗУЛЬТАТОМ

В конце зимы распахнула двери для посетителей крупнейшая в России международная выставка моды CPM - Collection Premiere Moscow. Ежегодно в форуме принимают участие более 1400 международных дизайнерских торговых марок одежды, белья, обуви и аксессуаров. Специальным гостем и украшением торжественной церемонии открытия CPM на этот раз стала известная телеведущая, соосновательница бренда одежды By.Che и просто красивая женщина Анфиса Чехова.

Неизменно и на этот раз генеральным beauty-партнером CPM выступил бренд LebeL. Участие стилистов компании в подготовке модных показов стало своеобразным знаком качества для всех – как для экспонентов, так и для продукции и работы специалистов LebeL.
По традиции команда мастеров LebeL отвечает за прически моделей на показах, которые проходят на главном подиуме. Стилисты работают в очень интенсивном темпе - в течение дня проходит четыре-пять и даже шесть показов. Прически готовят заранее, но, когда начинается дефиле, мастера обязательно присутствуют в backstage-зоне. Ведь за один показ модели могут переодеться несколько раз, и каждая смена образа – это испорченная прическа. Поэтому задача мастеров - непрерывно следить за тем, чтобы укладка к выходу имела презентабельный вид. Моделей много - от 15 до 25 в день, и мастерам приходится работать буквально в режиме нон-стоп. Решения тут принимаются быстро, поскольку перерыв между показами всего 30 минут и за это время нужно разобрать прежнюю прическу и создать новую. Каждый раз это должны быть оригинальные образы - простые или замысловатые, и к тому же соответствовать заявленной дизайнером теме. Вот тут-то и приходит на помощь профессионализм, отработанный годами, и конечно, эталонные продукты стайлинга TRIE от японской косметики для волос LebeL.

Для таких мероприятий стайлинг TRIE от LebeL подходит как нельзя лучше, так как процесс диктует необходимость постоянного изменения укладок на одних и тех же волосах без возможности вымыть голову. Наслоение стайлинга очень часто приводит к непрезентабельному виду волос, чего нельзя сказать о стайлинге TRIE. С ним можно творить красоту бесконечно! По отзывам и стилистов, и моделей, стайлинг не перегружает волосы, дает возможность одновременного использования нескольких продуктов, а их правильное сочетание позволяет сохранить чистоту волос и дальнейшее изменение укладки. Кроме того, продукты стайлинга TRIE содержат драгоценные масла и ухаживающие ингредиенты, которые позволяют сохранить волосы моделей в идеальном состоянии!

CPM

collection premier moscow

В последнее время дизайнеры на показах все чаще просят сделать укладки без сложных элементов – в стиле casual, чтобы прическа выглядела так, будто не требовала особых усилий при создании. Вот эту модную тенденцию к легкости и естественности и продемонстрировали наши мастера на показах. А уходовые и стайлинговые средства LebeL априори направлены на выражение естественной красоты волос. Новинки будущего сезона не обошли вниманием и российские знаменитости. В их числе были Екатерина Одинцова, Женя Малахова, Ирина Пегова, Илана Юрьева, Ирина Медведева, Никита Тарасов, Максим Шарафутдинов и Елизавета Арзамасова. Звезды смогли по достоинству оценить не только коллекции международных и российских брендов, но и косметические новшества от партнеров CPM – японского бренда LebeL.

ПАЛИТРА COLOR TRENDS 2019

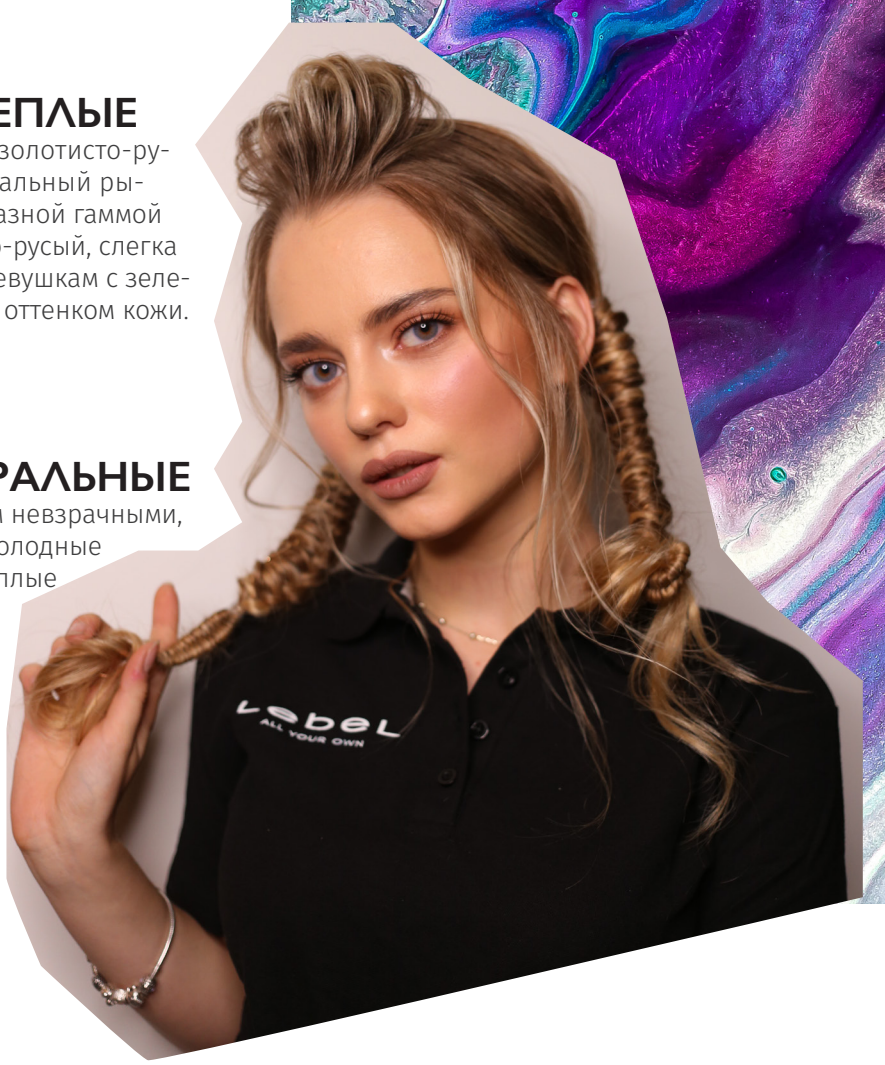
От сезона к сезону меняются тенденции моды. Дизайнеры придумывают смелые идеи, стилисты воплощают их креативные решения и создают нестандартные вариации. Под этим напором меняемся и мы. Но одно остается неизменным всегда – необходимость самовыражения.
Во все времена прическа была и остается одним из самых важных элементов имиджа. Никто не поспорит с тем, что волосы – наш главный аксессуар. И здесь имеют значение все их параметры - качество, длина, форма укладки, и конечно же, цвет.
Модные тенденции 2019 года в полной мере позволяют выбрать свой оттенок. При этом найдутся цветовые решения для всех – от яркого образа до максимально естественного.

РАДУЖНОЕ окрашивание остается весьма актуальным. Фото с яркими прядями и разноцветными переливами продолжают украшать модные журналы. На коротких волосах подобные смелые решения смотрятся особенно стильно и эффектно. Если комбинация подобрана правильно, такая прическа подойдет даже для офисного дресс-кода. Особенно востребованными станут нежно-голубые цвета, жемчужно-розовые и перламутровые.

Вот уже несколько сезонов подряд не сдают своих позиций оттенки **ПЕПЕЛЬНОГО**. Это целая палитра от темного цвета «металлик» до яркого платинового блонда. Такие цвета позволяют подчеркнуть красоту холодного, фарфорового оттенка кожи и примерить образ **СНЕЖНОЙ КОРОЛЕВЫ.**

Свое место на модном Олимпе отвоевывают **ТЕПЛЫЕ** оттенки. Главное условие – естественность. Это золотисто-русые, пшеничные, медовые, карамельные, натуральный рыжий цвет, искрящийся теплый блонд с самой разной гаммой оттенков, или бэби-блонд – натуральный светло-русый, слегка выгоревший на солнце. Такие цвета подойдут девушкам с зелеными, голубыми, карими глазами и персиковым оттенком кожи.

Особое внимание обращают на себя **НАТУРАЛЬНЫЕ** оттенки. Цвета, еще недавно казавшиеся совсем невзрачными, сегодня на пике популярности. Это могут быть холодные русые оттенки с пепельным отливом, а также теплые русые тона с золотистым нюансом.



Стабильно удерживает высокие позиции **ДВУХЦВЕТНОЕ** окрашивание – переход от темного тона у корней к более светлому или яркому цвету на концах. При этом кончики могут быть окрашены в самых разных вариациях – от металлик-блонда до теплого блонда, во всех гранях естественных теплых оттенков и ярких цветов-акцентов – синего, розового, голубого, радужного.

В 2019 году на модные подиумы вернулся **ЧЕРНЫЙ** цвет - от естественного черного до глубокого иссиня-черного оттенка. Стоит помнить, что он станет украшением для обладательницы смуглой или идеально белой кожи, а вот девушкам с другими данными этот цвет добавит возраста, подчеркнет изъяны кожи, сделает черты лица острее.

В укладках мода по-прежнему на стороне **ЕСТЕСТВЕННЫХ** волн, распущенных волос, хвостов и взъерошенных пучков. Возвращаются аксессуары для волос – ободки, ленты, невидимки. Разрешается и даже настоятельно рекомендуется сочетание нескольких аксессуаров сразу – невидимок, заколок и лент.

«Абсолютное счастье» – это наше счастье

miss.o.beauty
Ольга Балясная, бьюти-блогер

Нравится: 12 254
miss.o.beauty Мои волосы, как актеры погорелого театра - пористые, сухие, сильно выпадают. Я пользуюсь утюгом, часто закалываю волосы в хвост, из-за этого появляются залысины. Пытаюсь замаскировать их разными средствами. И конечно, восстанавливаю волосы. Мой фаворит всех уходовых средств и самая лучшая маска всех времен и народов - Proedit от LebeL (сиреневая). Она не дешевая, но действительно стоит своих денег. Мечтаю когда-нибудь сделать «Счастье для волос», чтобы восстановить полностью волосы. Но пока не решилась, так как надо пройти все этапы этой процедуры для максимального эффекта, а нужно пройти это Счастье раз пять. Эта маска - лучшее на сегодняшний момент. Делает Япония – это уже само за себя говорит, что средство супер. На ощупь волосы очень живые, очень напитанные, концы сглаженные, волосы блестят. Они выглядят так, как будто я их никогда в жизни не окрашивала. Содержит рисовое молочко, да и вообще, состав идеальный – натуральный.

borodylia
Телеведущая, актриса.

Нравится: 173 343
borodylia Ужас, как жалко волосы мои! Для их восстановления мне больше всего подходит «Счастье для волос». Это прям мое счастье!!! Процедура очень клевая, сначала целый час всякими штуками волосы мажут, потом час сидишь отдыхаешь под колпаком. Потом смывают – и волосы прямо ЖИВЫЕ!!!

keykolee
Танцовщица, фотомодель, звезда проектов «Танцуй», «Танцы»

Нравится: 7 343
keykolee После процедуры «Абсолютное счастье» волосы просто нереально блестящие и шелковистые. И что совсем классно - идеально лежат даже без укладки феном.

elya_bulochka
Визажист, мастер креативного макияжа, популярный бьюти-блогер.

Нравится: 28 914
elya_bulochka Как нужно ухаживать за нарощенными волосами? Так же, как за обычными. Увлажнять по всей длине. И в этом мне очень сильно помогает маска LebeL из серии Veige. Она потрясающая!!! Эта штука очень круто увлажняет волосы. Они становятся мягкими, послушными, красивыми, легко укладываются. Я их совсем не тяну феном. Просто земля и небо – с тем, что было и стало.

koffka_the_cat
Виктория Моисеева, визажист, популярный бьюти-блогер

Нравится: 12 300
Koffka the cat Из всех салонных средств, очень много которых я перепробовала и перестала покупать, остался только самый крутой – марки LebeL. Мятный шампунь–пилинг, который является частью комплексной системы «Счастье для волос».

keykolee
Танцовщица, фотомодель, звезда проектов «Танцуй», «Танцы»

«После процедуры «Абсолютное счастье» волосы просто нереально блестящие и шелковистые. И что совсем классно - идеально лежат даже без укладки феном»

Лучшая оценка качества продукта – это отзывы клиентов.
Мы тщательно следим за всеми упоминаниями о LebeL, стараемся их фиксировать и анализировать. Мы не покупаем рекламу у блогеров и звезд, так как ценим лишь настоящие отзывы. Поэтому мнение бьюти-экспертов и лидеров мнений имеют для нас особую ценность.

Вот что рассказывают блогеры о продуктах LebeL…

ПОД НАДЕЖНОЙ ЗАЩИТОЙ

Каждый раз в ожидании лета мы так мечтаем о солнышке, мягкой, обволакивающей теплом погоде, об отпуске в прекрасных, райских местах с белым песком и лазурным океаном. Готовимся, планируем, покупаем перед сезоном все, как нам кажется, самое необходимое. Но часто забываем об одной очень важной вещи – средствах, защищающих кожу от тех самых ласковых лучей долгожданного солнца. А потом, увидев новые морщинки и пигментные пятнышки, кричим SOS и бежим покупать первое попавшееся средство, избавляющее от нежелательного эффекта. А не лучше ли предупредить реакцию кожи на воздействие УФ-лучей, подготовившись заранее, узнав все подробности механизмов защиты и обеспечив своей коже молодость и здоровье, а себе прекрасное настроение? В таком случае давайте рассмотрим все нюансы и познакомимся с новейшими средствами защиты.

Бренд японской косметики MT Metatron разработал серию уникальных солнцезащитных средств, отличающихся надежной и безопасной защитой от солнца на каждый день, - солнцезащитный гель, минеральную тональную основу, корректор и пудру.

Солнцезащитный гель - MT Protect UV Gel (SPF 34, PA+++)

Уникален своей рецептурой. Средство имеет водную основу, поэтому отлично переносится даже самой жирной кожей. Содержит химические УФ-фильтры. Входящие в состав витамины С и Е, фитиновая кислота насыщают кожу кислородом и придают ей сияние. Аргинин способствует регенерации кожи, поврежденной воздействием солнца, оксид серебра защищает от возможных солнечных ожогов. Легкая прозрачная текстура геля отлично переносится кожей в самые жаркие дни. Не оставляет белых следов, устойчив к потоотделению и воде. Рекомендуется для повседневного использования и любого типа кожи, а также при лечении пигментации и после проведенных химических и лазерных пилингов.

Гель наносится на кожу перед выходом на улицу или используйте как основу под макияж.

Минеральный корректор Point Cover Foundation, SPF 35 PA+++

Двухслойный корректор для точечного применения отлично маскирует пигментные пятна, веснушки, пятна после акне, потемнения, черные точки, темные круги под глазами, носогубные морщины благодаря входящему в состав ретуширующему порошку. В порошке содержатся различные по форме крупицы: плоские, шарообразные и выпуклые, - которые отлично рассеивают и отражают свет. Корректор обеспечивает надежную защиту от ультрафиолета и уход за кожей, смягчая и увлажняя ее. Внутренний слой содержит в составе гиалуроновую кислоту, карнозин, пантенол и витамины Е и С. Можно использовать в качестве консиллера.

Минеральная тональная основа, Protect UV Base Cream, SPF 26, PA++ в четырех оттенках: коричневый, бежевый, розовато-бежевый и натуральный.

Питает кожу, предотвращая воспаления и покраснения, обладает капилляроукрепляющим действием. Входящие в состав витамины С и Е оказывают пролонгированное антиоксидантное действие и способствуют обновлению эпидермиса. Минеральная тональная основа равномерно наносится на кожу, придавая ей естественный цвет и мягкость. Рекомендуется для нормальной, жирной, комбинированной кожи.

Минеральная рассыпчатая пудра, Protect UV loose powder, SPF 10 PA+ трех оттенков: бежевый, розовый, прозрачный.

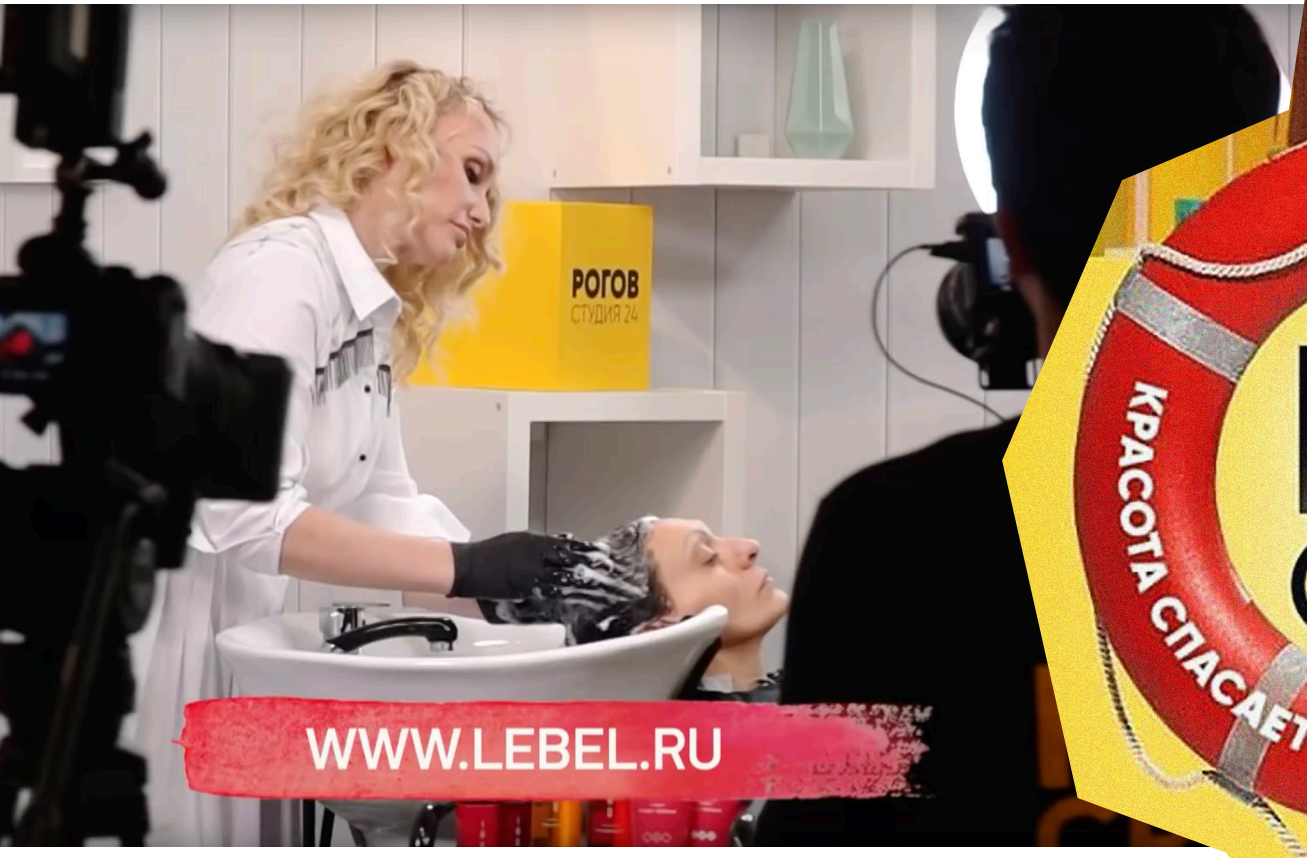
Пудра содержит частицы размером 7-10 микрон, что способствует равномерному нанесению средства на кожу. Слюда, входящая в состав, пропуская через себя свет, преломляет его, тем самым создавая эффект сияния. Содержащийся в составе пудры диоксид титана обеспечивает защиту кожи от УФ-лучей (SPF 10 PA+). Адсорбирующие вещества создают длительную устойчивую защиту кожи. Карнозин и витамин Е оказывают антиоксидантное действие. Пудра подходит для всех типов кожи, в том числе чувствительной. Наносится на кожу лица и шеи перед выходом на улицу и в течение дня.

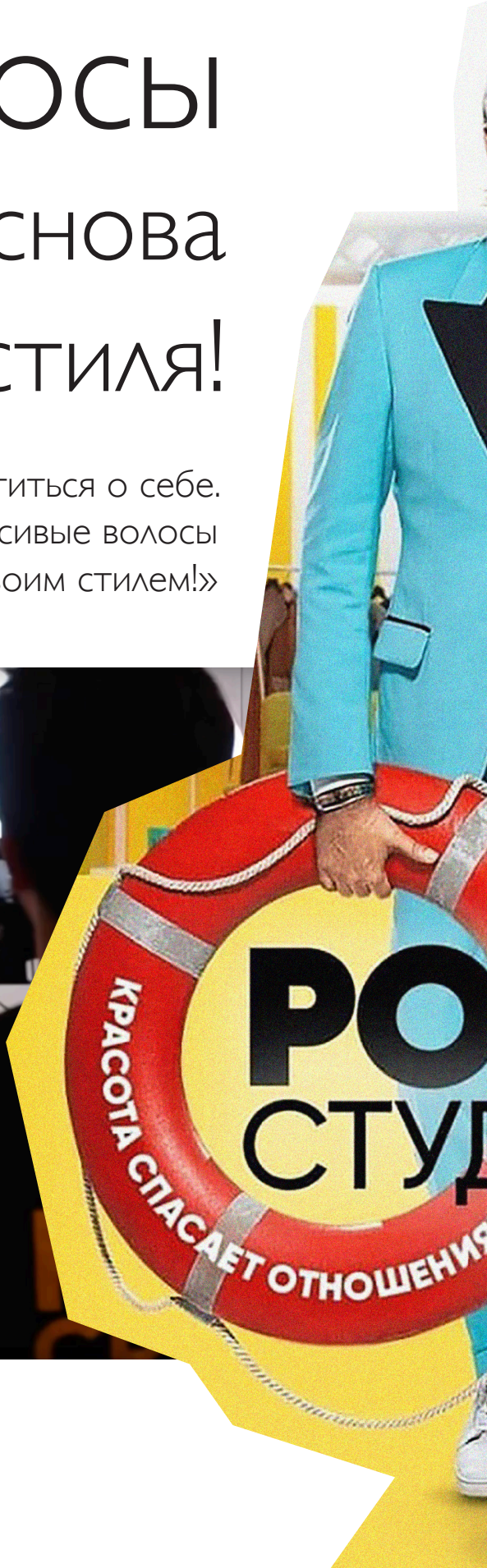
MT®
METATRON

восстанавливающая сыворотка
MT Contour Serum

Красивые волосы — основа вашего стиля!

«Продолжай заботиться о себе.
И тогда красивые волосы
станут твоим стилем!»





Мода и красота помогают людям быть уверенными в себе – это не секрет, а факт, доказанный социологами. Но у каждого из нас свой путь к красоте, а в основе лежит природная индивидуальность внешности. Не у всех получается распознать свою уникальность. Она может скрываться в чертах лица, необычном цвете глаз, оттенке кожи, шикарных волосах, формах фигуры и многом другом. На помощь приходят стилисты. Они видят основу вашей красоты, достраивают образ и рекомендуют, как вам с вашей красотой дальше жить.

Пожалуй, об этом новое мэйковер-шоу «РОГОВ.СТУДИЯ 24», креативным продюсером и ведущим которого стал главный стилист канала СТС и автор бестселлера «Гид по стилю» Александр Рогов. Герои программы, которых не устраивает внешний вид друг друга, всего за сутки кардинально меняются. Происходит преображение благодаря концепции стиля от Александра Рогова и его команды – стилистов-парикмахеров и визажиста.

Средства по уходу за волосами LebeL очень популярны среди ценителей красоты волос, поэтому не удивительно, что бьюти-партнером шестнадцати выпусков программы стал бренд LebeL. Специалисты команды Рогова для преображения героев использовали профессиональную процедуру для глубокого восстановления волос «Абсолютное счастье». По мнению главного стилиста программы, это настоящий мастхэв для волос, который возвращает им силу, эластичность и блеск. А для продления эффекта в повседневной жизни Александр рекомендовал всем героиням использовать серию домашнего ухода за волосами Infinity Aurum от LebeL.

«Продолжай заботиться о себе. И тогда красивые волосы станут твоим стилем!» - сказал Александр на прощание одной из героинь. И был абсолютно прав, поставив слова «стиль», «красота», «здоровье», LebeL – в один ряд.

За продукт всегда голосует клиент – это аксиома

Так считает Елена Ханжина, генеральный директор компании Tandem, российского дистрибьютора японской корпорации Takara Belmont. Вспоминает, с чего начинали, рассказывает о дне сегодняшнем и немного заглядывает в будущее.

- В прошлом году компания отметила 15-летие – это много или мало для российского рынка?

- Если смотреть с точки зрения человеческого возраста, то 15 лет – это еще детство, вся жизнь впереди, ребенок находится под опекой родителей, к совершеннолетней жизни не приступил и значительных решений не принимает. В бизнесе дела обстоят иначе, особенно в России, где все очень быстро меняется и далеко не в лучшую сторону - волатильность рубля, санкции и т. д. В России в среднем 95% компаний не доживают до своего трехлетнего возраста. Поэтому то, что компания Tandem отметила 15-летие, я считаю неким показателем успешности и удачно выбранной собственниками бизнес-модели. 15 лет – с точки зрения количества – да классно! Но все надо смотреть в разрезе достигнутых результатов. Если вспомнить, с чего начинала компания в 2003 году, и посмотреть, как она выглядит и чувствует себя сейчас на фоне акул-конкурентов, – это небо и земля. Мы существуем в жесткой конкурентной среде. И о своем статусе на рынке можем судить хотя бы по тому, что конкуренты рассматривают нас как сильных игроков, кто-то пытается оттеснить, кто-то упоминает как авторитетный источник, часто берут пример. А когда тебя уважают конкуренты – это знак силы. У нас тоже есть своя стратегическая модель нашего конкурентного пространства. Мы тоже наблюдаем за сильными игроками, от которых ждем динамики развития отрасли. Быть лидером на протяжении долгого времени и постоянно создавать что-то новое очень сложно. Сегодня ты лидер, а через два-три месяца тебя скопировали – и ты уже не лидер. И что-то придумать выдающееся, чтобы за тобой пошли миллионы, – сейчас практически нереально. Поэтому на сильных игроков всегда смотрят. Бэнчмаркинг (изучение успешного опыта конкурентов или предприятий из других отраслей для оптимизации собственных бизнес-процессов – ***примеч. ред.***) еще никто не отменял. Если у кого-то хорошо получается - зачем изобретать велосипед?! Взял модель, применил, что-то улучшил, добавил свое. Наша модель показывает, что к 15-летию мы подошли с очень хорошим результатом.

- Как появилась идея создания? Почему именно японская продукция?

- Часто бывает так: менеджер, работая в компании, вырастает из своих функций и ему некуда дальше расти, а энтузиазма много, надо эту энергию во что-то преобразовать. Наши собственники начинали работать с японской косметикой для волос в бренде MoltoBene, который в те годы очень плотно стоял в салонах, был первым брендом профессиональной японской косметики. Они очень тонко почувствовали момент, когда все сложилось для своего бизнеса: и благоприятные условия на рынке, и желание, и силы, и идея – все это слилось в некий единый энергетический комок. Я была пятым членом команды. Начинали с посылок, потом перешли на авиа-поставки, потом на 20-футовые и далее 40-футовые контейнеры. Продажи пошли в рост. Начав работать менеджером по продажам в LebeL в феврале 2005-го, уже в августе я принесла компании первый миллион. Япония закрытая страна, поэтому достаточно сложно было привезти этот продукт в Россию. Но у наших собственников получилось, благополучно заключили контракт, на волне развития бизнеса закрепились и вот уже 16 лет сотрудничают.

&Prof

Мой лозунг по жизни: «Только идущий осилит дорогу»

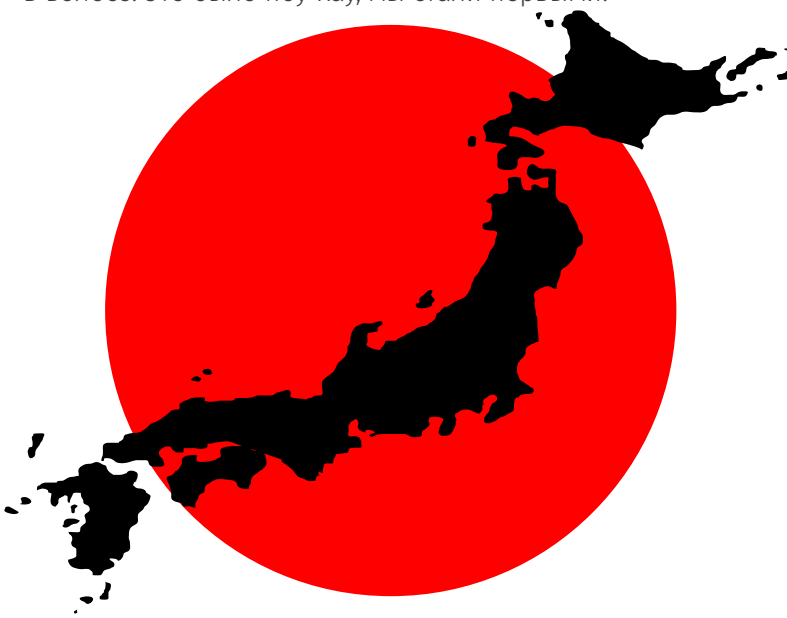
Елена Ханжина
Генеральный директор компании Tandem

- Отличаются ли принципы ведения бизнеса в Японии и у нас?

- Чем вообще хорош бизнес с японцами - они очень традиционны. Если дают обещания, то никогда не нарушат условий контракта. В рамках компании им очень важна семейственность и персона владельца. Но кроме архитектуры бизнеса есть еще и культура. И в этом российские и японские компании сильно отличаются. Бизнес Европы в большинстве своем зиждется на приглашенных топ-менеджерах, а компания Takara Belmont – семейная, и для Японии это стандартно. К примеру, европейский менеджмент отличается тем, что плановые показатели достигаются путем всех возможностей, и при этом не рассматриваются дальнейшие перспективы. Японская же модель бизнеса построена от обратного. В ущерб сегодняшнему показателю по прибыли и рентабельности они могут выбрать путь, который в долгосрочной перспективе им даст большую отдачу, они будут иметь стабильно работающую крепкую компанию, которая перейдет детям и внукам. Это коренное отличие. Наша компания - некий микс. Ведь российский бизнес он скорее оппортунистический, использует любую возможность, которая появляется на его пути: сегодня так работаем, завтра по-другому. Культура нашей компании строится на спокойных, доверительных отношениях. Когда собственники сами вели операционную деятельность, образовалась некая семейственность. С ростом бизнеса количество сотрудников увеличилось. А когда семья разрастается, родственные связи теряются, - модифицировалась и культура. Управлять большим количеством персонала – это совсем другое дело. Другие модели управления, иерархии, другая субординация. Я человек системы. И для меня важно, чтобы все работало как механизм – четко, отлаженно, без сбоев, ручное управление – это не про меня. Должна быть четко поставлена цель, мы должны ее «отцифровать»: что, сколько, в какой срок и кто будет нести ответственность. Когда собственники оставили управление компанией, часть сотрудников остались и приняли правила игры, по сути, мои - я благодарна им за это. И так же благодарна тем, кто ушел, мне ни за одного сотрудника не стыдно. Любой человек в какой-то промежуток времени что-то важное и полезное приносит компании, он не просто так сюда попадает, он чему-то учит нас, мы чему-то учим его. И когда он уходит в свободное плавание или к конкурентам – я на это смотрю шире, как на развитие отрасли в целом. Здесь происходит непрекращающийся процесс взаимного обмена идеями, клиентами, сотрудниками - некая диффузия. И от этого выигрывают все.

- Как россиянами был встречен новый бренд?

- Сначала тяжело. Мы попали в жесткую конкурентную среду, не имели тех ресурсов, что были у MoltoBene, не хватало оборотных средств. На первых порах предлагали продукцию на реализацию. Тогда очень прочно в салонах «сидели» Wella, Kerastase, Goldwell, Shwarzkopf, Sebastian – словом, конкурентов было много, причем европейских, с хорошей маркетинговой поддержкой. Но в любом случае для рынка всегда интересны новинки, а за японское качество никогда не стыдно. Мы вышли на рынок с уникальным продуктом – «Счастье для волос». Подобного в России еще не было – восстановление волос, в основе только натуральные ингредиенты, целая комплексная программа, пролонгированный эффект. Все, о чем самая взыскательная публика могла только мечтать, - она это получила. Надо было донести до людей, что мы нашим продуктом восстанавливаем утраченные элементы в волосе. Это было ноу-хау, мы стали первыми!



- А сейчас что-то изменилось в восприятии средств LebeL в этой конкурентной среде?

- Есть некие индикаторы: когда продукт популярен, когда он позволяет всем игрокам этого рынка заработать, это отражается в интернет пространстве. Те продукты, которые не интересны для бизнеса, их не продают в интернет-магазинах, они не стоят на полках в традиционных магазинах. Наш же продукт популярен и востребован. Его покупают не только конечные пользователи, но и промежуточные звенья, которые хотят на этом заработать. А есть продукты, которые по тем или иным причинам не интересны клиентам. Японский производитель отличается тем, что предлагает уникальный продукт, дающий не сиюминутный результат, который проходит, как только убираешь средство, а нацелен на многократное применение, лечит и решает ту проблему, с которой изначально человек обратился. Голосует всегда клиент – это аксиома. Когда его ожидания совпадают с действительностью, рано или поздно он сам приходит к выводу, что работает, а что нет. Если бы продукт был не интересен клиенту на протяжении 15 лет, все наши попытки были бы тщетны. Любовь клиентов к нашему продукту доказывает то, что на рынке мы востребованы. И на протяжении всех этих лет идем только в рост. Появляются новые

продукты, да, но сильных, достойных, конкурентов, которые дают такой же потрясающий эффект, я пока не знаю. Мы придерживаемся не продавливаемого маркетинга, а честно рассказываем о наших средствах, ни один менеджер не лукавит, когда предлагает продукт. Мастера с удовольствием его используют, потому что он дает тот эффект, который ожидает клиент. Мастер зарабатывает, клиент доволен, все счастливы.

- Пусть так и будет! Takara Belmont - совсем другое направление. Вы и в этом очень хорошо разбираетесь?

- Бренд Takara Belmont априори входил в портфель продуктов компании, а значит, надо с ним работать. Ведь если есть продукт, значит, есть и рынок. Не скрою, направление сложное. Это, наверное, как на российском автомобильном рынке продавать Bentley и Maybach. Конкурентов здесь вообще нет. Это дорогой, персонализированный, кастомизированный продукт, абсолютно опционный, подбирается под конкретного клиента. Цвета, техника, гидро, подлокотники, подстаканники, вышивки - каждый клиент под свой салон подбирает все досконально и все индивидуально. Знаете, есть в корпорации Takara Belmont в Японии такой имиджевый ролик. Цирюльня - старое, совершенно замшелое помещение, цирюльник - старик-бородач, и работает он на кресле Takara Belmont, а оно как новое. Люди уже состарились, поколения сменились, а кресло как стояло, так и стоит. Вот такое качество. Оборудование Takara Belmont - действительно вечное!

- Будем надеяться, что развитие барберинга в России поможет развитию Takara Belmont...

- Очень хотелось бы. Но действительность такова, что не каждый собственник подходит к открытию салона с пониманием того, в какую конечную цифру все это выльется. Помещение, аренда, ремонт... Когда дело доходит до интерьера и оборудования, деньги заканчиваются и начинается экономия бюджета. А наше оборудование априори дорогое, у нас нет линеек эконом, вип. Только люкс. Очень узкая ниша клиентов, которые могут себе позволить это оборудование. В этом сложность.

- У вас есть слоган или девиз, который помогает двигаться вперед и двигать бизнес?

- Мой лозунг по жизни: «Только идущий осилит дорогу». А вот еще: «Глаза боятся, а руки делают».

- Елена Евгеньевна, а что такое счастье генерального директора?

- Кроме того, что я возглавляю компанию, я еще и жена, мать и дочь. И для меня счастье – это когда существует гармония между всеми этими составляющими. Есть личные увлечения – йога, например. Общение с мужем, с мамой, братом, друзьями - когда это все гармонично, а на работе спокойно. Хотя, честно говоря, иногда спокойствие напрягает. Ощущение чего-то неживого, кажется, что все замерло, а при нашей динамичной жизни такого не может быть. Я этого не люблю – только вперед, выше и выше. Спокойствие – оно должно быть рабочее и стабильное. Счастье в наших руках!

- Часто удается достичь баланса?

- Все, что не убивает нас, делает нас сильнее, – я так считаю. Сейчас, например, есть сложности со стикеровкой товаров, законодательство обязывает нас маркировать товар до его прихода. Японцы не делают этого для своего внутреннего рынка. Стикеровка русскоязычная неприемлема. Решаем проблему. Но эта ситуация, как и другие подобные, только закаляет и учит нас. Выстраиванию бизнес-моделей, ведению переговоров, учит быстрее принимать решения. Любой дисбаланс при грамотном вмешательстве приводит нас к устойчивой модели. Ведь когда жизнь пресная, человек не развивается, а когда происходит любое действие - хоть с отрицательным, хоть с положительным эффектом, - ты качественно меняешься. Вот это и есть настоящая жизнь.

- Женский вопрос. У вас есть свои секреты использования косметики LebeL?

- У меня на самом деле минимум времени для того, чтобы привести себя в порядок. Есть ряд шампуней, которые я периодически меняю. Волосы свои доверяю только технологам Академии LebeL. И если есть какие-либо отклонения от нормы, они об этом говорят, дают рекомендации, что изменить, что использовать. Я четко следую всему, что они мне советуют. Никогда не изменяю. Краску для волос и косметику использую тоже только нашего бренда, как и любой сотрудник нашей компании, это ни для кого не секрет. Кресел Takara Belmont дома нет, своего салона тоже нет.

Несколько слов о перспективах – ближайших и долгосрочных!

- В долгосрочных - выстоять в буре катаклизмов, которые нашу российскую действительность постоянно будоражат. Подстроиться, наладить работу, нормализировать нашу жизнь согласно закону. А ближайшие - это Академия LebeL. Диверсификация бизнеса (расширение ассортимента выпускаемой продукции и переориентация рынков сбыта с целью повышения эффективности производства – *примеч. ред.*) направлена на обучение. Продукт наш хороший, но постоянно удивлять им очень сложно. Искать другие уникальные продукты, чтобы расширить портфель компании, еще сложнее. Поэтому сейчас основные усилия направлены на развитие нашего креативного направления, расширение ассортимента обучающих, навыковых семинаров. Мы закончили ремонт студии. Наш обучающий центр – Академия профессионального мастерства LebeL открылась в обновленном формате. Семинары по-прежнему ведут наши технологи, а также приглашенные мастера, востребованные в профессиональной среде.

Еще есть нерешенный вопрос с двумя нашими косметологическими брендами. Сейчас очень популярны для поддержания красоты и здоровья кожи инъекционные методики, применение средств аппаратной медицины, кардинальные оперативные методы, которые дают быстрый эффект. И в этой ситуации наши кремы, эмульсии и лосьоны используются постольку поскольку. Желаемой отдачи от развития этого направления мы не видим.

- Насколько я вижу, сейчас происходит спад в применении кардинальных методов омоложения.

- Вот я тоже почувствовала этот спад. Появляется много публикаций, где говорят о небезопасности использования, например, RF-лифтинга, лазерного омоложения – оказывается, никто досконально не изучал воздействие этих волн на организм человека в долгосрочной перспективе. И последствия доподлинно не известны, как это скажется на многих последующих поколениях? Когда изобрели радий, им чуть ли не пилинг женщинам делали. А потом выяснили, что у женщин начинается лейкемия. Женщины все чаще выбирают европейский путь естественного старения. И тут-то наши средства сыграют им хорошую службу. Поэтому мы сейчас заняли выжидательную позицию, смотрим, куда качнется рынок. А рынок, к сожалению, таков, каков он есть. Выводить с рынка продукт жалко. Столько уже сил вложено в него. Я всегда говорю своим подчиненным: лучше все сделать, что от нас зависит, по максимуму и сказать, что не получилось, чем бросить все, не приложив никаких усилий. Хотя бы опыт получим, будем знать, что какой-то инструментарий затупился, в настоящих реалиях не работает, экономического эффекта нет. И опыт других не убеждает: а может, они действовали не теми методами?! А мы во всем действуем по-японски: отрабатываем сами, проверяем многократно, фиксируем результаты и только тогда делаем окончательные выводы.

«Глаза боятся,

а руки делают!»

У МУЖЧИН СВОИ СЕКРЕТЫ

Брутальное по своему звучанию слово «барберинг» у многих сегодня на слуху. И соотносится оно чаще всего с мужчиной с бородой, завитыми усами, аккуратной, разделенной четким пробором нагеленной стрижкой, причудливыми татуировками и стильно с иголочки одетого. Непосвященному покажется, что это всего лишь новомодное течение, которое, так же как и все в моде, пройдет, не успев хоть как-то зацепиться корнями за почву. В действительности все не совсем так и давайте доберемся до сути.

Барберинг – слово, произошедшее от латинского “barba” – «борода» и означает процесс мужской стрижки, влажного бритья, дизайна бороды и усов – то есть предоставление комплексного мужского сервиса. Но это было бы слишком просто для такого красивого слова. На самом деле барберинг - целая культура особого ухода за внешностью у мужчин, уходящая корнями далеко в прошлое.

Первые цирюльни для мужчин, а на современном языке барбершопы, сформировались в XVIII веке одновременно в США и Европе. Мужчины посещали цирюльни примерно один раз в месяц, и не только для того, чтобы придать форму бороде, побриться или подстричься. Обычно там виделись со старыми приятелями, вели разговоры на сугубо мужские темы и просто наслаждались спокойной атмосферой. До сих пор в Лондоне существует барбершоп Truefitt & Hill, в котором в свое время бывали Чарльз Диккенс, Оскар Уайльд, Уинстон Черчилль, а также знаменитые аристократы и представители королевской семьи. Можно себе представить, насколько это было культовое место! Да и сейчас там нет отбоя от посетителей.

Столетие спустя после возникновения первых барбершопов в Чикаго появилась школа для барберов, и культура стала быстро распространяться по всему миру. Именно барберы впервые стали руководствоваться научными методами по уходу за волосами и тогда же сформировалась культура по предоставлению услуг мужского сервиса.

Однако не все так безоблачно было в королевстве барберинга. Изменили ход событий наука и техника. В начале XX века была изобретена безопасная бритва и вместе с ней у мужчин появилась возможность быстрого бритья дома, которой они тут же не преминули воспользоваться. Гладковыбритое лицо стало трендом, а борода пережитком прошлого. Вмешались еще и исторические события мирового масштаба, и барбершопы повсеместно стали закрывать свои двери.

ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ В РАЗВИТИИ БАРБЕРИНГА УДЕЛЯЕТСЯ ИНТЕРЬЕРУ И КАЖДЫЙ САЛОН - ЭТО УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

Но все рано или поздно возвращается на круги своя. Так же и явление барберинга после Второй мировой войны в более благополучных на фоне всего остального мира странах Западной Европы и США начинает возрождаться. Происходит это не столь стремительно, так как за все эти годы женщины благодаря появившимся в продаже наборам для стрижек научились стричь мужей и детей самостоятельно. А вошедшая в моду культура хиппи заставила мужчин отказаться от коротких стрижек и аккуратных бород.

В СССР культура барберинга не имела распространения по понятным причинам: уход за внешностью у мужчин считался признаком проявления буржуазности, что шло вразрез с советской идеологией.

Особое внимание в развитии барберинга уделяется интерьеру и каждый салон - это уникальный проект. Это и понятно: дизайн в современном мире решает очень многое. И любой успешный мужчина, какой зачастую и является клиентом барбершопа, оценит убранство салона, выполненное с учетом последних тенденций интерьерной моды.

Законодателем этой моды без сомнения является японская корпорация Takara Belmont – ведущий разработчик и производитель оборудования и мебели для бьюти-пространств самых разных форматов. За вековую историю работы компания настолько точно отработала технологии производства и функциональность оборудования, что у потребителей никогда не оставалось сомнения, чьим

Сейчас культура барберинга во всем мире, похоже, переживает ренессанс. А в России развивается наиболее стремительными темпами.

К примеру, в столице и ближнем Подмосковье на данный момент работают свыше 600 барбершопов, из которых около 480 открылись только за последние два года. Причем на рынке есть место как премиальным барбершопам, которые и были первооткрывателями в России, так и лоукостерам. Очевидно одно: мужчины, однажды оказавшись в барбершопе, не в силах отказать себе пойти туда снова. Клубный формат, дизайн интерьеров, высокий уровень профессионализма мастеров, уходовая косметика лучшего качества – это те якоря, которые формируют атмосферу барбершопов да и культуру барберинга в целом.

оборудованием оснащать свои пространства красоты. Что касается дизайна, то Takara Belmont здесь держит первые позиции. В разные годы компания обращалась к самым лучшим специалистам мира для разработки уникального дизайна мебели и оборудования. И благодаря этому ее линейки стали центром внимания владельцев барбершопов Токио, Лондона, Нью-Йорка, Дубая. Они всегда актуальны, универсальны и способны создать уникальную, неповторимую атмосферу в пространстве – элегантную или экстравагантную, но всегда брутальную – то, что надо для мужчин. Вот в этой точке и встретились интересы Takara Belmont и барберов всего мира и, можно сказать, объединились в одну общую культуру.

Теперь и в России лучшие мужские парикмахерские оборудованы мебелью лидера индустрии. Но и это еще не все, что может способствовать развитию профессионального сообщества барберов. Takara Belmont регулярно выступает спонсором чемпионатов, конкурсов и баттлов по парикмахерскому искусству, где барберы становятся все более заметными фигурами. Вот, например, осенью минувшего года уже в пятый раз на площадке Трехгорной мануфакутуры в Москве собрались барберы всей России на Russian Barber Week. Более того, на этот раз Takara Belmont выступила партнером мероприятия, представив на своем стенде легендарные образцы оборудования и линейку уникальной косметики для мужчин Theo.

На Russian Barber Week было, чем восхититься и чему научиться! Мастер-классы от знаменитых профессионалов сообщества – это своеобразные захватывающие шоу, не дающие отвести взгляд от виртуозно скользящих по волосам ножниц и ловких рук, не позволяющие отвлечься от историй - как я достиг такого признания. Достаточно назвать такие имена, как Джош Ламонака и Дав Палмер, - чтобы понять, какого уровня люди приезжают в Россию и готовы поделиться мастерством, техникой и, что очень важно, особенно для начинающих, - энергией и стремлением непрестанно трудиться.

Баттл на звание Barber King увеличил градус атмосферы горячим интересом, темпом состязательности, юмором и грандиозным накалом эмоций.

Невероятно, но среди барберов замечены и девушки. Хедлайнером RBW-18 стала бренд-амбассадор Takara Belmont USA легендарная Софи Пок. Женщины начинают проникать в так старательно отделяющийся от них мужской мир. Надолго ли он останется сугубо мужским? И что придумают мужчины дальше? Поживем – увидим! А пока восторженно смотрим на ухоженных, мужественных, успешных красавцев, уверенной поступью выходящих из дверей барбершопов, по-хозяйски охватывающих весь мир вокруг.

Красота спасет мир
- и я хочу приложить к этому руку…

Ведущий технолог Академии LebeL Ани Месропян своими руками, талантом, упорством и продвинутыми знаниями каждый день творит красоту, не зря компания так высоко оценила ее профессиональные успехи.

- Ани, в компании вы лучший технолог 2018 года. Что для вас значит это? Как вы сами оцениваете свои достижения?

- Безусловно, мне очень приятно было получить такое признание. Оценка выносится путем голосования сотрудниками компании, прежде всего специалистами отдела продаж, с которым технологи работают в тесной связке. Ведь работа технолога это главным образом - сопровождение продаж и обеспечение их эффективности. Кто работает с подобным продуктом, хорошо это знает. Как сама оцениваю свое успешное продвижение в профессии? Я заметила, что стала более структурированной, в этом году много работала в качестве методиста, готовила программы по запуску нового продукта, программу по подготовке технологов. Эта часть работы мне очень нравится, так как дает возможность иметь дело с большим количеством информации, а я это люблю – узнавать, анализировать, проверять, пробовать. Вместе с этим я расту как технолог. Подготовка обучающих программ помогла мне и в плане представления продукта. Я довольно быстро получаю обратную связь, делаю выводы и если донесенная информация является качественной для другой стороны, понимаю, что все сделала правильно.

- У меня была возможность понаблюдать за работой технолога со стороны. И в моем представлении это некий маг-универсал: и химик, и физик, и мастер красоты, и испытатель, и учитель – одним словом творец. А по-вашему, технолог – он больше кто?

- Когда пришла в профессию, сразу поняла, что это мое. Всегда хотела быть технологом. Это соответствует всем моим склонностям и потребностям. Я нахожу в этом возможность выражения и реализации себя. И это действительно очень многогранная сфера. Технолог должен обладать массой навыков и компетенций. С одной стороны, он должен быть исследователем, хотеть узнавать каждый раз что-то новое. Изучает он продукт или процесс не просто для того, чтобы знать, а чтобы рассказать об этом другим. И рассказать он должен уметь, чтобы все было понятно, донести информацию четко и последовательно. Еще и чтобы вдохновить другого мастера. Не у всех получается и не сразу, учиться надо. С другой стороны – мы работаем с аудиторией, и технолог должен быть еще и мастером коммуникации, обладать навыками психолога. А так как мы, технологи, являемся лицом бренда, то и коммуникация должна быть выстроена очень грамотно, чтобы достойно позиционировать компанию.

- Что предпочитаете сами из средств LebeL?

- Очень сложно выделить что-то одно. Я люблю все! Косметика многогранна. Каждый продукт хорош в какой-то своей отдельной ситуации. У каждого есть своя функция и нельзя сказать, что чем-то одним можно заменить все на свете. Вот например, у нас четыре вида красителя - перманентный, полуперманентный, прямой и обесцвечивающий. У каждого свои сильные стороны, которые хороши в той или иной ситуации в окрашивании волос. Если хочется придать волосам увлажненности, больше мягкости да еще и освежить цвет, то это будет полуперманентный Materia µ (Lifer), если нужно придать волосам плотности, поухаживать за тонкими волосами, сделать цвет сияющим, придать ультраблеск, то это будет прямой ламинирующий Luquias. Если нужны ультра-яркие цвета, то это опять Luquias, если работа с сединой, то альтернативы Materia G я просто не вижу. Когда необходимо сделать щадящее окрашивание, не касаясь кожи головы, то лучше Luquias краски не найти. В стайлинге, если хочется получить естественный эффект, для этого есть свои продукты - пудровые линейки, а если нужно впечатление ухоженных, чистых, струящихся волос, но при этом с разными эффектами, например, – ультраблеск, гладкость и шелковистость, то это будет серия Tuner.

- Я смотрю, вы знаете все до мельчайших подробностей, любые тонкости можете рассказать и объяснить. Вы достигли определенной планки здесь, а что дальше, к чему стремитесь? Есть ли профессиональные мечты?

- Так сходу и не ответишь. Пока все устраивает. Наверное, наступил какой-то период наслаждения своим местом, новыми знаниями, общением с коллегами, клиентами. И пока не вижу повода делать следующий рывок. Мне все в кайф: работаю, нахожусь в точке стабильности и наполненности. Тем более что в LebeL всегда есть чему учиться. Всегда! Здесь нет предела совершенству, появляются разные нюансы в трендах, выходят новые продукты, мы их изучаем, многократно тестируем. Ситуации не всегда предсказуемы и результаты тоже. Каждый раз - это новое начало. И это здорово, потому что начало – самый приятный этап в любом деле!

- Что для вас красота?

- Непростой вопрос. Для меня это очень объемное слово. Отвечу в рамках профессии. Я работаю с красотой человека в первую очередь. Для меня это умение воплотить во внешности все его самые важные достоинства. Если мы говорим об образе, о волосах. Причем, так как в бьюти-сфере все время что-то меняется - модные тенденции, предпочтения клиентов, - то для меня это возможность, каждый раз меняясь, помогать человеку оставаться верным своей внутренней красоте.

- Есть ли для вас кто-то из известных мастеров, кто является ориентиром в профессии?

- Очень впечатлил Уве Бруер из Vidal Sassoon. Он ведет тренинги по стрижкам по всему миру. По уровню мастерства – это просто бог. У него все точно, есть очень осознанное и реалистичное видение своей работы. В то же время в нем нет никакой звездности, преувеличения собственной важности. Такое очень гармоничное и скромное состояние человека. Понравилось это сочетание – бесконечного профессионализма и больших человеческих качеств.

- В этом, наверное, как раз и есть гармония и красота?! По-моему это очень по-японски?

- В Японии пока не довелось побывать. Прохожу обучающие семинары здесь. А представление о красоте, которое есть у Японцев, мне очень импонирует. Это отношение к красоте как к чему-то естественному, первозданному, без преувеличений, излишнего украшательства и чрезмерности. Всегда есть гармония, всегда есть уместность, способность через небольшую деталь передать красоту в целом. И, конечно же, какое-то удивительное поклонение ей. Когда я только выбирала профессию, возможно, мне помогла определиться фраза, в которую я по-прежнему верю: «Красота спасет мир!», и я хочу приложить к этому руку. Мое внутреннее поклонение красоте совпало с японским. А работа в Tandem и с брендом LebeL стала логическим продолжением. На первом же семинаре по продукту я поняла, какое это качество! Влюбилась с первого взгляда. LebeL - это бренд высокого уровня, а мне хотелось работать только с самой лучшей косметикой.

#lebel

Знание + красота = качество и успех!

Начало весны в Академии профессионального мастерства LebeL ознаменовалось приездом ведущих технологов корпорации TAKARA BELMONT с задачей представить совершенно новые продукты, поделиться опытом и вдохновить наших специалистов на новые этапы развития. Обучение в Москве проходило сразу по трем направлениям: новинки оборудования от TAKARA BELMONT, премиальные линейки по спа-уходу за волосами ESTESSiMO и качественно новый краситель для волос от LebeL.

То, что TAKARA BELMONT является неоспоримым законодателем качества и моды в оборудовании и дизайне для спа-салонов и бьюти-пространств, знают все профессионалы отрасли. И этот факт никому не дает стоять на месте. Корпорация снова и снова находит новые технологические решения для создания комфортной, благоприятной атмосферы в салоне, как для клиента, так и для специалиста. Ведь оказание услуги исключительно наивысшего качества - залог успеха для всех. Вот и на этот раз наши технологи изучили все нюансы новинок оборудования, вплоть до того, как распределяется вес человека в кресле, как устроен механизм подъема и опускания, каким должно быть максимальное время регулирования положения кресла, чтобы это было комфортно клиенту. Дизайн оборудования и принципы расположения его в салоне не менее важны и для специалиста по уходу. Для чего? А для того, чтобы мастер не думал поминутно, удобно ли клиенту, а думал о работе – говорят японские коллеги. Каждый специалист должен понимать, как использовать оборудование, чтобы сделать каждую процедуру максимально эффективной.

Еще одним важным направлением обучения стало представление новой линейки ESTESSiMO - премиального ухода за волосами. В основе инновационного подхода - забота о настоящем и будущем наших волос, начиная с кожи головы. В частности, линейка CELCERT разработана для ухода за стареющими волосами. Ведь мастера в своей работе наиболее часто сталкиваются именно с этой проблемой. Специалисты компании пришли к выводу, что возрастное физиологическое старение волос связано со старением кожи головы, и теперь волосы и кожа рассматриваются как единое целое. Уникальный спа-уход CELCERT разработан как раз с учетом решения этих проблем и составляет единый комплекс салонных уходов и домашних процедур. Тренер в мельчайших подробностях рассказала о нюансах использования средств линейки, вариантах программ для разных типов волос и кожи головы, с учетом особенностей здоровья и образа жизни клиента, об особенностях дизайна флаконов и смыслах, заложенных в каждом из них. Здесь каждая деталь имеет значение и все нацелено на здоровье, комфорт и превосходный результат.

В программу обучения были включены и новые техники массажа. Технологи Академии с большим любопытством и со всей ответственностью отнеслись к отработке приемов массажа. Ведь эта процедура становится все более востребованной в салонах. Это направление не новое для LebeL и компания планирует в ближайшее время внедрить тренинг по обучению техникам массажа в обучающий комплекс на постоянной основе.

Еще один важный продукт был впервые представлен на тре-

нинге. Это краситель премиум-сегмента для седины с исключительно новым подходом к окрашиванию. Всем известно, что седому волосу требуется особый уход, так как он истончен, с течением времени качество его изменяется далеко не в лучшую сторону и соответственно гораздо сложнее поддается окрашиванию, чем более молодой или натуральный волос. И вот появился новый продукт, который работает на низких оксидах, показывает высокий процент закрашивания даже самой сложной седины. Плюс ко всему в красителе заложена программа по восстановлению и уходу за волосом. Наши технологи быстро и слаженно на практике опробовали все, чем поделились японские коллеги, поэкспериментировали со всевозможными цветовыми направлениями, выбрали, как и всегда, самые интересные и сложные задачи, с точки зрения возможностей красителя. И... результат превзошел все ожидания! Мы убедились в этом - краситель действительно волшебный! Сейчас он проходит тестирование и проверки на разных типах волос, поскольку ввод красителя всегда вопрос непростой, и возможно, уже к концу этого года будет представлен профессионалам бьюти-сферы.

Обучения по продукту от TAKARA BELMONT проходят несколько раз в год. Технологи Академии LebeL самыми первыми узнают все новинки, многократно тестируют их, и если все проходит так, как заявлено, то можно с уверенностью сказать, что продукт для российского рынка подходит. На этот момент стоит обратить особое внимание, так как изначально любой продукт корпорации предназначен для иного типа волос - азиатского, и у российских технологов стоит задача адаптировать технологии проведения всех процедур, будь это уход или окрашивание, к нашим славянским волосам.

С ведущими технологами корпорации TAKARA BELMONT наши специалисты попрощались тепло, были очень рады увидеться. Кеита Сайта – для многих кумир, бывает на тренингах в России регулярно, и каждый раз его приезда ждут с нетерпением. Такие программы для наших мастеров - как глоток свежего воздуха. Они видят перспективы для собственного развития, и не просто как мастера, а как эксперта и далее как ведущего технолога бренда. А если ты ведущий, то ты не просто мастер – ты и преподаватель, и химик, который знает, какой ингредиент за что отвечает. Профессия технолога предполагает глубокое знание множества продуктов, владение навыками ораторского искусства, в том числе коммуникативными умениями. Это часто работа со специалистами по всей стране - она насыщена событиями, динамичная, осознанная, ответственная и очень интересная!

СОВЕТЫ ТЕХНОЛОГОВ

ЧЕГО МОЖЕТ ОПАСАТЬСЯ МАСТЕР, КОГДА К НЕМУ ПРИХОДИТ БЛОНДИНКА С ПРОСЬБОЙ ВЕРНУТЬ ЕЙ НАТУРАЛЬНЫЙ ЦВЕТ ВОЛОС?

Чаще всего это получение нежелательного оттенка, неравномерность и нестойкий результат окрашивания. Однако придерживаясь определенного механизма в работе, вы получите гарантированно качественный результат.

Способ 1. Окрашивание с предварительной пигментацией.

Сначала готовим волосы, добавляя недостающий пигмент и корректируя фон осветления. Из палитры Materia выбираем необходимый тон и наносим его на осветленные волосы без оксида. Излишки удаляем бумажным полотенцем. Важный момент: краситель выбираем на тон светлее желаемого, чтобы не получить затемнения. Например, нам нужно получить 7 УГТ, фон осветления оранжево-желтый. Значит, для привнесения пигмента берем тон O8.

Далее без времени выдержки переходим к основному этапу – собственно окрашиванию. Выбираем желаемый оттенок, готовим красящую смесь, проводим полный цикл окрашивания. Готово!

Способ 2. Использование красителя Materia G.

Невероятно простой способ добиться стойкого и равномерного окрашивания. Весь процесс сводится к выбору желаемого оттенка из палитры. Готовим красящую смесь, добавляя в нее теплый пигмент, и выполняем окрашивание. Например: B7+WB7

Двойной коричневый помогает избежать предпигментации, а мы получаем желаемый стойкий оттенок!

Благодаря коллагену, эластину и 12-ти маслам в составе красителя Materia G кроме насыщенного цвета волосы приобретают здоровый, ухоженный вид и плотную текстуру.

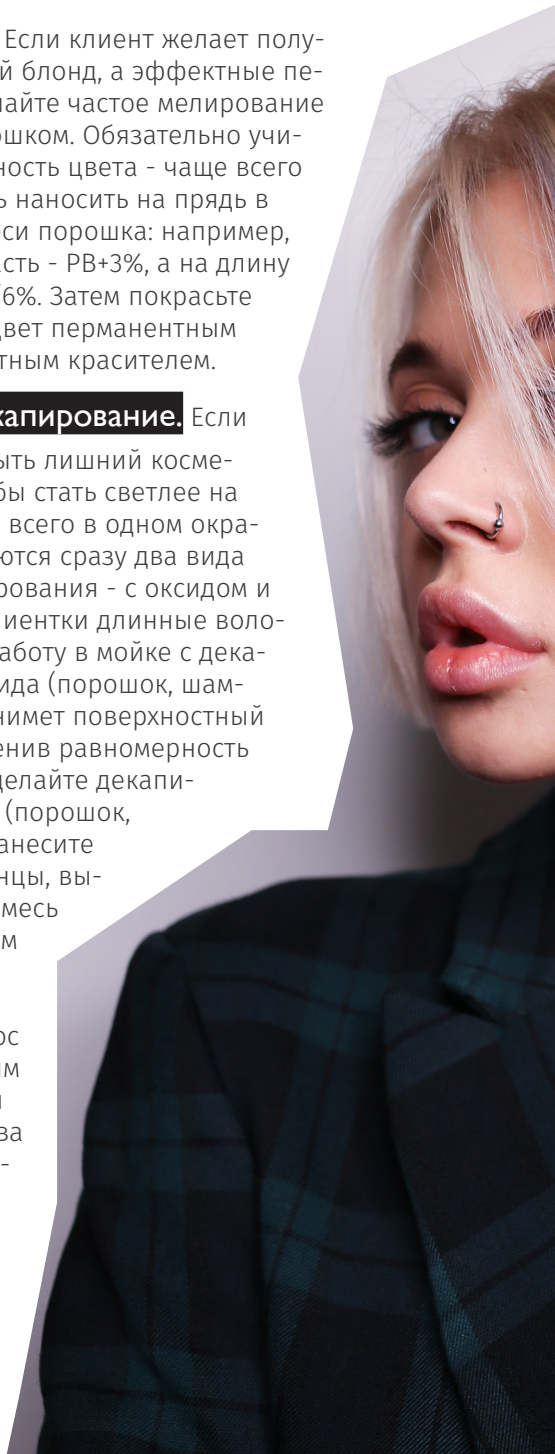
КАК СДЕЛАТЬ ИЗ БРЮНЕТКИ БЛОНДИНКУ БЕЗ ПОТЕРЬ И ОГОРЧЕНИЙ?

Существует несколько удачных способов:

1. Окрашивание. Если клиенту нужно перекраситься максимально щадящим способом и он готов к нескольким визитам к колористу. Раз в месяц окрашивайте полотно волос специальными осветляющими рядами перманентного красителя, постепенно получая более светлый тон. При этом последующего тонирования не потребуется.

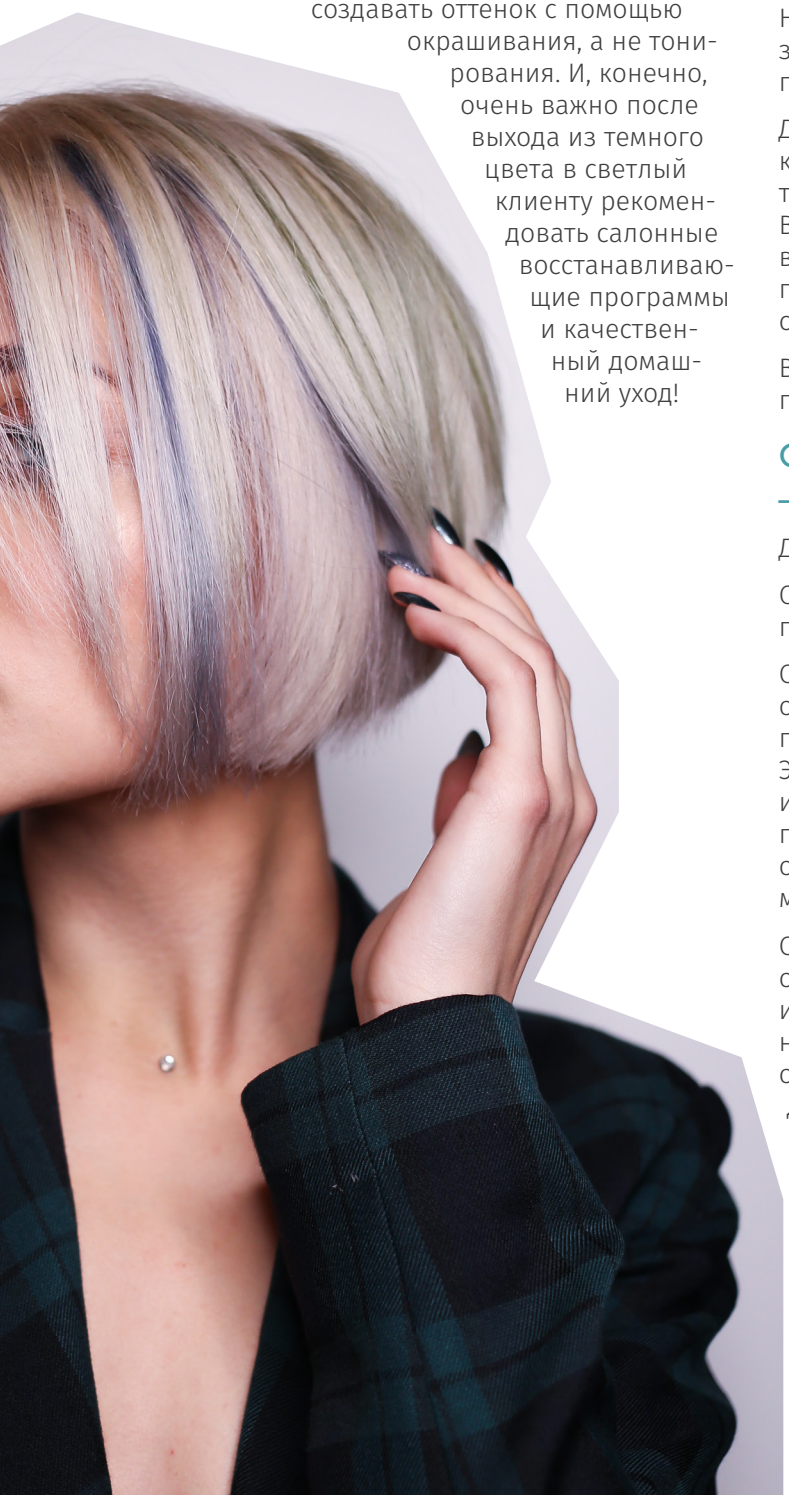
2. Мелирование. Если клиент желает получить не однотонный блонд, а эффектные переливы цвета. Сделайте частое мелирование осветляющим порошком. Обязательно учитывайте равномерность цвета - чаще всего есть необходимость наносить на прядь в фольге разные смеси порошка: например, на прикорневую часть - PB+3%, а на длину и кончики - PB+4,5/6%. Затем покрасьте волосы в нужный цвет перманентным или полуперманентным красителем.

3. Щелочное декапирование. Если нужно бережно смыть лишний косметический цвет, чтобы стать светлее на два-три тона. Чаще всего в одном окрашивании используются сразу два вида щелочного декапирования - с оксидом и без. Например, у клиентки длинные волосы, УГТ2. Начните работу в мойке с декапирования без оксида (порошок, шампунь, вода) - оно снимет поверхностный пигмент. Затем, оценив равномерность цвета по полотну, делайте декапирование с оксидом (порошок, шампунь, оксид). Нанесите смесь только на концы, выдержите, снимите смесь полотенцем. Вторым этапом используйте ту же смесь на средней части волос и на концах, третьим – выше середины и на середине, и снова на концах. Получится ровный светлый тон.



4. Осветление.

Применяется, если клиенту нужен TOTAL BLOND. Чтобы добиться равномерности тона, делайте осветление после декапирования (см. пункт 3). На сухие волосы нанесите порошок с оксидом, отступая 1 см от корней. При необходимости осветляющую смесь через некоторое время можно нанести и на корни. После такого радикального осветления желательно создавать оттенок с помощью окрашивания, а не тонирования. И, конечно, очень важно после выхода из темного цвета в светлый клиенту рекомендовать салонные восстанавливающие программы и качественный домашний уход!



КАК НЕ ОШИБИТЬСЯ В ВЫБОРЕ ФОНА ОСВЕТЛЕНИЯ?

Оказывается, все решает ФОН! Соответственно, мастерам надо быть очень внимательными при составлении формулы окрашивания и точно определить фон осветления. Только при 100% попадании вы сможете создать успешную формулу и получить желаемый результат.

Самый распространенный случай: мастер определяет исходный уровень тона как 6. А по факту у клиента 7. У 6-го тона фон осветления оранжевый, а у 7-го - оранжево-желтый.

Но мастер уже выбрал один лишь синий нейтрализатор и получил слишком теплый оттенок. Желтый пигмент остался без нейтрализации.

Другой вариант. После осветления получился яркий желтый фон. Мастер нейтрализует его фиолетовым. Оттенок снова получился слишком теплым. В чем причина? Все потому, что яркий желтый всегда говорит нам о присутствии оранжевого пигмента, а значит, и о необходимости добавления синего нейтрализатора.

Видите, колористика не так проста, как кажется на первый взгляд!

ОСВЕТЛЕНИЕ ИЛИ ОБЕСЦВЕЧИВАНИЕ – В ЧЕМ РАЗНИЦА?

Давайте разберемся, что есть что!

Обесцвечивание – это работа блондирующих продуктов – пудра, крем, паста и т.п.

Особенности обесцвечивания в том, что осветляющая способность препаратов, как правило, около семи тонов натуральной базы. Это процедура по удалению натурального или искусственного пигмента. Поэтому ее можно провести как на натуральных волосах, так и на окрашенных. Обесцвечивание считается менее мягким процессом.

Осветление – это процедура, при которой осветляется природный пигмент волоса меланин и выполняется оно красителем на натуральных неокрашенных волосах. Ключевой параметр – осветление способно поднять натуральную базу до пяти уровней. Осветляют волосы краской, а обесцвечивают - порошком.

КАК ВЫРОВНЯТЬ ЦВЕТ ПО ДЛИНЕ ВОЛОС, ЕСЛИ НА ПОЛОТНЕ ЕСТЬ ПОЛОСЫ РАЗНОГО УРОВНЯ?

Такая ситуация знакома всем мастерам. Как же убрать эти неравномерности?

Самый верный способ – это работа порошком локально по полосам через фольгу. При этом фольгой нужно работать следующим образом: положить прядь на фольгу, нанести смесь на косметическое пятно, накрыть другой фольгой, взять следующую прядь и т.д. Необходимо класть фольгу друг за другом. Лучше начинать работу с нижне-затылочной зоны. Плюсы такого порядка - смывать состав можно по секторам. Только после того, как по длине цвет стал почти ровный, можно приступать к следующему этапу - наносить соответствующую смесь на корни. В некоторых случаях могут остаться небольшие неровности по длине, но это легко поправить красителем.

После работы с полосами и перед тонированием рекомендуем использовать комплекс «Жизненная сила».

КАК ИЗБАВИТЬСЯ ОТ ПОЛОСЫ, КОТОРАЯ ПОЯВИЛАСЬ ОТ РЕГУЛЯРНОГО ЗАТЕМНЕНИЯ КОРНЕЙ?

Обычно в таких работах чаще всего используют порошки, однако не всегда нужно прибегать к такому агрессивному способу. Есть более щадящие методы решения этой проблемы.

Прежде чем приступить к работе, необходимо провести диагностику и определить, на каком УГТ находится полоса. Если УГТ 5 и выше, то с данной проблемой с легкостью справится LT-EX – интенсивный осветляющий крем. Преимущество его в том, что он очень равномерно и бережно рассветляет излишки пигмента, не оставляя яркого фона осветления. Если речь идет о теплых цветовых направлениях, то можно обойтись даже без последующего тонирования.

Ход работы выглядит таким образом:

1. Наносим LT-EX+6% на полосу. Для удобства можно воспользоваться специальным планшетом.

2. Затем, не смывая LT-EX, наносим краситель на корни. Время выдержки соответствует времени выдержки красителя на корнях.

3. По истечении времени выдержки смываем шампунем post-color, например Proscenia.

4. При необходимости выполняем программу «Жизненная сила».

5. При необходимости выполняем тонирование.

Если УГТ полосы ниже 5, то лучше воспользоваться формулой LT-EX+PB(2:1)+6%, но в таком случае лучше производить процедуру в 2 этапа:

1. Наносим LT-EX+PB(2:1)+6% на полосу, для удобства можно воспользоваться специальным планшетом.

2. Устанавливаем время выдержки 30 мин, можно больше - до 50 мин. Проводим визуальный контроль.

3. Смываем шампунем Proscenia, приступаем к следующим этапам.

КАКИЕ ЕСТЬ ВАРИАНТЫ, КОГДА НЕОБХОДИМО ЗАКРАСИТЬ СЕДИНУ И ПРИ ЭТОМ СОЗДАТЬ БЛОНД?

Это очень актуальная тема – 100-процентной седины и блонда... Что делать?

- Использовать перманентный краситель Materia. Он создает прозрачные благородные оттенки, но не всегда закрашивает седину плотно, так, как хотелось бы.

- Использовать специальный краситель Materia G - закрашивает седину отлично, но при этом создает плотный цвет, который не всегда может устроить клиента-блондинку.

А существует ли универсальный вариант? Конечно! Необходимо смешать эти красители.

В таком случае вы сможете сохранить блонд, а именно, желаемую прозрачность цвета, и закрасить при этом седину!

Как это работает? Краситель Materia осветляет натуральные волосы, а Materia G закрашивает седину.

Какое количество необходимо взять?

Все зависит от количества седины. То есть если седина рассеянная - около 50% , то смело можно смешивать 1:1.

Также можно ориентироваться на желаемую прозрачность цвета и исходя из этого варьировать. Хочется цвет плотнее - тогда больше Materia G, если нужен цвет прозрачней и светлее - тогда в формуле будет больше красителя Materia.

КАК ПЕРЕЙТИ С ПОРОШКА НА КРАСКУ И ОСТАТЬСЯ БЛОНДИНКОЙ!?

Каждая окрашенная блондинка хоть раз в жизни задумывалась об отказе от обесцвечивания порошком и переходе на осветление красителем и сталкивалась при этом с некоторыми трудностями. Для того чтобы понять, с какими именно, давайте сравним эти два вида окрашивания:

1. Блонд, созданный предварительным обесцвечиванием, смотрится светлее и ярче, а блонд, созданный красителем, выглядит натуральнее.

2. Волосы после порошка оказываются более поврежденными, структура волоса пористая, волосы же, осветленные красителем, выглядят более здоровыми и ухоженными.

3. Блонд через обесцвечивание обходится дороже, так как проводится процедура двойного окрашивания.

4. На предварительно обесцвеченных волосах проще создать холодный оттенок.

Как же выйти из этого замкнутого круга, оставаться блондинкой, но при этом максимально сохранить волосы здоровыми? Есть несколько приемов.

1. Растяжка цвета. Это тот случай, когда несколько сантиметров корней осветлено красителем, а длина волос обесцвечена порошком. При таком окрашивании волосы растут более здоровыми, так как порошок не повреждает корни волос.

2. Техника окрашивания. На сегодняшний день существует множество техник. Например, рассветление: airtouch; шатуш, балаяж, мелирование и так далее. Они позволяют осветлить пряди от корня, но не от кожи головы, что тоже гораздо бережнее тотал-блонда. При этом дают красивый рисунок и эффект неоднородности.

3. Неожиданный поворот в окрашивании... Марка LebeL вышла за рамки известных техник и, посмотрев проблеме в лицо, открыла новые возможности создания блонда. Теперь прозрачный блонд можно создавать с наименьшими повреждениями, если осветляющую краску LT-EX смешать с порошком Platinum Bleach. Благодаря этому уменьшается пористость волос в несколько раз и сохраняется их качество!

ВОССТАНОВЛЕНИЕ ВОЛОС С ВАПОРИЗАТОРОМ ИЛИ КАК СДЕЛАТЬ SPA ПРОЦЕДУРУ ЭФФЕКТИВНЕЕ.

Уход за волосами означает непосредственное нанесение восстанавливающего средства на волосы. Однако здесь есть свои ограничения – возможно недостаточно глубокое проникновение средства в структуру волоса. Именно в этом случае на помощь приходит чудесный аппарат - вапоризатор SPA mist II. Используя силу воды, SPA mist II помогает частицам уходового средства проникать глубоко внутрь волоса к его поврежденной части.

Как это происходит?

1. Микроскопические частицы пара, нагретые до 40-50°С, способствуют лучшему раскрытию чешуек кутикулы.

2. Нагретые микрочастицы пара активизируют движение частиц уходового средства и обеспечивают их проникновение внутрь волоса через раскрытые чешуйки.

3. Частицы лечебного средства проникают еще глубже, в стержень волоса, улучшая структуру волоса, укрепляя кутикулу.

4. При быстром охлаждении воздуха частицы уходового средства прочно сцепляются с волосом, оставаясь внутри него.

А что это дает волосам?

1. Проникновение восстанавливающих компонентов глубже в волос. Нагретый водный пар наполняет волос, увеличивая его, и способствует глубокому проникновению уходовых средств в каждый волос.

2. Фиксация. Охлажденный воздух из фена выводит тепло и замедляет движение молекул, активированное тепловой энергией. Это позволяет надежно зафиксировать лечебные средства внутри поврежденного волоса.

3. Распределение. За счет циркуляции большого объема водяного пара в колпаке, с контролируемой температурой, волосы получают тепловую энергию равномерно по всей длине. Каждый волос получает уход и удерживает влагу.

Результатом всего процесса становятся здоровые, полные энергии волосы.

Какие процедуры можно проводить с вапоризатором? Прежде всего, это уходовые процедуры – «Абсолютное счастье», «Блеск и Сила», IAU Serum protection и многие другие.

LebeL
ALL YOUR OWN
BB-SQUARE
Business&Beauty
TAKARA BELMONT
Since 1921 Japan
ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ ГОДА
Открытие креативного пространства для профессионалов
Академия LebeL
Коворкинг студия
Шоу-рум Takara Belmont
lebel.ru
МОСКВА +7 (495) 123 38 90
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ +7 (812) 493 21 28/29
tandem-takara.ru
ООО «МТ Тандэм», ОГРН 1117746435201 дата регистрации 03.06.2011 год
119270, г Москва, наб Лужнецкая, 6 / стр 1, Эт/пом/Ком 1/I/24
Москва, ул. Ленинская Слобода 19, OMEGA PLAZA

Союз разума и простоты

Что создает атмосферу любого пространства? Масштаб, форма, освещение, цвет температура, аромат, декор. Все вместе это образует тот центр притяжения, куда хочется идти и возвращаться... Мода проникает во все сферы нашего бытия, в том числе и дизайн помещений, но здесь она, скорее, не диктует правила, а рекомендует направления. А мы, подстегиваемые стремлением к индивидуальности, берем то, что легло на душу...
Главное новое веяние времени - отказаться от избыточного в пользу необходимого. Не забивать дома вещами, которые не имеют практического и эмоционального значения, не покупать новые гаджеты просто потому, что обновилась линейка, при этом можно покупать «вечное» искусство, беречь фамильные ценности. Лаконичное обустройство только оттенит по-настоящему дорогие для владельца вещи. В тренде - эргономичное и функциональное зонирование.

HALO X Takara Belmont

1 ПРИРОДНЫЕ ФАКТУРЫ

Естественный выбор для тех, кто стремится жить экологично. В отделке и декоре используются натуральные материалы — мрамор, гранит, дерево, стекло, металл, шелк, бархат и кожа. А чтобы впустить в дом больше света, фасады проектируют с панорамным остеклением.

2 ДУХ 70-Х

Развитие технологий не повод, чтобы забыть о ретро-стилях. Сочные цветовые сочетания, мебель обтекаемых форм, латунь в декоре и светильниках, орнаменты в текстиле – вот, что напомнит нам о 1970-х. Другая реплика дизайна этого десятилетия — палитра из охристых, оливковых и терракотовых тонов. Эти цвета универсальные и по-домашнему уютные, поэтому точно будут актуальными.

Takara Belmont
Legacy 90

Takara Belmont
D. Galley

3 ДЕТАЛИ РЕШАЮТ ВСЕ

Модные, повседневные, мельчайшие, микс, контраст – главное здесь концептуальность и безупречность. Контрастная окантовка или необычная прострочка, яркие ручки или плафоны, цветок без горшка или отдельно стоящий предмет. Растет актуальность смешения различных типов металла в одном помещении.

Takara Belmont
D. Classics

4 НОВЫЙ АР-ДЕКО

Несмотря на то, что стиль ар-деко подразумевает роскошь, современная его интерпретация более спокойная и фоновая. Новый ар-деко имеет еще больше четких, упорядоченных линий, узких вертикалей и угловатых принтов. Плавные, округлые изгибы тоже присутствуют, но и они монотонны и графичны. Важную роль в оформлении обстановки в этом стиле играют люстры, подвесы, торшеры или бра. Также подойдут предметы в стиле аэродинамического или streamline-дизайна.

Takara Belmont
KITA ERGO II

5 ХОЛОДНЫЕ СЕРЫЕ ТОНА - всегда хорошая основа. В этом году мнения по поводу серого разделились, по мнению одних дизайнеров, на первый план выходят более светлые оттенки, другие же возводят в тренд темный серый. Так или иначе, успешность использования будет зависеть от цветового сочетания и пространства. В этом году серый хорош в союзе с медовыми оттенками.

Takara Belmont
Luar

6 СВЕТЛАЯ ДРЕВЕСИНА

Помимо светлых тонов в отделке интерьеров будут господствовать максимально естественные материалы в их привычных цветовых гаммах, и в первую очередь, массив дерева. Применение светлых тонов позволяет визуально расширить имеющиеся границы пространства. Дополнительные плюсы подобного оформления заключаются в его универсальности и долговечности. К тому же, такое помещение даже без дополнительного освещения будет казаться более освещенным, так как светлые поверхности лучше отражают свет. А еще светлые тона отлично смотрится и в лаконичных, и в роскошных интерьерах.

Takara Belmont
Cadilla Shampoo

Сегодня актуально сочетать РОЗОВЫЙ с солнечными оттенками ЖЕЛТОГО и золотистой охры

7

ОТТЕНКИ РОЗОВОГО осваивают все большие пространства. Нежный пудровый хорош в камерных помещениях и классических интерьерах. В общественных пространствах розовый используют акцентно: в текстиле - розовые шторы, обивка мебели, окраска стен, картины, вазы, светильники. Можно сочетать розовый с солнечными оттенками желтого и золотистой охры — получится оптимистичный интерьер, что так приятно в хмурую погоду. Если хочется более строгого впечатления, то к основному шоколадному или графитовому серому пастельно-розовый так же станет гармоничным дополнением.

В СТОЛИЦЕ СОСТОЯЛОСЬ ГРАНДИОЗНОЕ ОТКРЫТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТУДИИ КРАСОТЫ

aesthetica®

studio

Уютное пространство расположилось на Проспекте мира, всего в нескольких шагах от Садового кольца.
Уже второй по счету проект от создателей эксклюзивного флагмана Aesthetica beauty boutique сразу привлек внимание современных модниц Москвы.
Яркий, оригинальный дизайн интерьера и великолепная атмосфера вдохновляют посетителей на заботу о себе и творческие эксперименты со своим образом.

Уникальный сервис в Aesthetica studio отличает сочетание высокого профессионализма сотрудников, современных техник выполнения процедур и доступных цен.
Здесь представлены самые актуальные и востребованные процедуры для красоты и здоровья, подобранные с особым вниманием и акцентом на персональный подход.

EGIA
EGIA
EGIA

Креативность и профессиональный подход – основа индивидуальности

Если задаться вопросом, что заставляло женщин в давние времена красить волосы, то ответ будет такой - чтобы скрыть седину. Сегодня же цвет волос - это способ самовыражения. И если еще совсем недавно мастера в салоне спрашивали вас: «Что бы вы хотели?», - то сейчас все чаще можно услышать фразу: «Какой вы хотите быть?». То есть речь здесь идет не просто о прическе, а о целом образе, где цвет волос и форма стрижки играют чуть ли не ведущую роль и помогают женщине выразить свой стиль и подчеркнуть индивидуальность.

А что же хочет сказать о себе наша современница? В последнее время все чаще девушка сама выбирает, какой ей быть - дерзкой, романтичной или сексуальной, и более того, она может отразить в одном образе все и сразу! Тем более что в 2019-м смешение стилей, текстур и цветов стало наиболее актуальным - как в одежде, так и в прическах. Образ женщины становится максимально персонализированным, что выражается в индивидуальном подборе техник окрашивания. При определении направления работы мастер ориентируются не только на цвет кожи, форму головы, желание подчеркнуть ту или иную особенность внешности клиентки, но и на ее психоэмоциональное состояние в данный момент, ведь красота - это гармония внутреннего и внешнего. Воссоздать ту самую гармонию мастерам помогает целый арсенал современных техник, которые дают возможность сохранить качество волос, гораздо реже повторять окрашивание, отрастить длину, при этом сохраняя эстетичный внешний вид, выглядеть естественно и в то же время ярко.

Давайте познакомимся с самыми передовыми техниками окрашивания.

AirTouch

Эту технику систематизировал известный колорист Владимир Сарбашев. В ее основе - работа с естественными слоями волоса, а в самом названии отражается способ исполнения - прикосновение воздуха. Техника выполняется при помощи фена, которым выдуваются короткие слои волос и осветляются длинные. AirTouch создает плавный переход от темных корней к светлым кончикам. Четыре схемы разделения дают возможность создавать эффекты от максимально светлого до максимально контрастного, тем самым подчеркивая индивидуальные особенности внешности. Эта техника позволяет красить волосы один раз в 4-6-12 месяцев. Уже многие девушки благодаря AirTouch смогли отрастить длинные волосы, так как при окрашивании осветляется лишь часть волос и сохраняется их качество.

Контуринг

Об этой технике макияжа, корректирующей форму лица, слышали многие, а вот о контуринге в волосах знают далеко не все. Это своеобразная игра света и тени, новый мейкап, который позволяет выделить или сгладить те или иные области лица. Грамотно окрасив всего несколько прядей у лица, можно достичь желаемого результата. Специалистам известно, что темные оттенки визуально зауживают, а светлые расширяют лицо. Таким образом, чтобы скорректировать широкий лоб, достаточно окрасить в более темный оттенок пряди у лица до линии глаз, а скорректировать удлиненное лицо можно, окрасив в более темные оттенки пряди ниже линии подбородка. Благодаря контурингу в образе создается эффект распахнутого взгляда, а лицо выглядит свежее.

«Красота не требует жертв,
она требует профессионального
подхода»

Смешанные техники

Mash-up добрался и до причесок! Мастера стали смешивать различные техники окрашивания в одной пряди: мелирование + балаяж, AirTouch + мелирование, шатуш + мелирование. Такой микс дает возможность увидеть на полотне волос неоднородный рисунок. На одних участках волос пряди явно выраженные, на других - мы видим плавный переход тона. Благодаря такой игре света и тени создается эффект густых волос.

Колорирование

Эта техника пришла из 90-х, а мода, как мы знаем, циклична, поэтому колорирование в 2019-м - невероятно актуально и подразумевает окрашивание волос в несколько оттенков. Колорирование можно выполнять как в натуральных тонах, так и креативно. При этом пряди окрашиваются либо по вертикали, либо по горизонтали. Вертикальное колорирование позволяет сочетать до 19 оттенков на одной голове, тем самым создавая не только впечатление буйства красок, но и визуальный объем. Горизонтальное колорирование предполагает визуальную коррекцию лица при помощи света и тени и позволяет сочетать не более четырех оттенков. Этот способ окрашивания подойдет девушкам как с длинными, так и с короткими волосами.

Тигровый глаз

Вот тренд сезона, который буквально захватил Instagram! По тегу #tigereye можно найти тысячи фотографий роскошных брюнеток с интересным цветовым решением в окрашивании волос. «Тигровый глаз» предназначен исключительно для брюнеток. Автор техники - голливудский стилист Кори Тутл. Он вдохновился полудрагоценным камнем с одноименным названием, который обладает способностью отталкивать негативную энергию. Сам камень привлекает внимание своим рисунком из золота, бронзы и темно-коричневых полос. Технике «тигровый глаз» пророчили стать трендом в России еще в 2017 году, но этого не случилось, так как в тот период на пике были холодные стальные тона. А в 2019-м в моду вошли теплые оттенки, и тренд стал суперактуальным. Окрашивание «тигровый глаз» - это сочетание шоколадных, золотых, карамельных и медных оттенков. Суть техники - в чередовании этих оттенков. Эффект «тигрового глаза» великолепно сочетается с загорелым лицом, и придает ему свежий вид, как после отпуска.

Пиксельное окрашивание

Обложки модных журналов сегодня пестрят примерами пиксельного окрашивания. Совсем недавно вышедшая на одном из концертов на сцену Дженнифер Лопез поразила всех эффектным окрашиванием, выполненным в натуральных оттенках! И вот прекрасная новость – оно торжественно спустилось в массы! Что же это за новшество? Родился метод в Мадриде благодаря трем испанским стилистам из студии Expression. Если посмотреть глобально, такая техника берет начало в конце 90-х годов, когда на волосы наносили анималистические принты. А еще все помнят разноцветные фигурки игры Тетрис, из которых строилась стена. Теперь анималистика смешалась с компьютерными пикселями и красуется на волосах современных модных экспериментаторов. Изюминкой техники является движение текстуры, напоминающее тот самый тетрис. Преимущества окрашивания - в локальном нанесении на определенные участки волос - только челка или по пробору, - что способствует сохранению качества волос. Палитра оттенков не ограничена - от натуральных до ярких, неоновых.

Тренды в стрижках и укладках

Из 90-х в 2019-й перекочевали не только окрашивания, но и стрижки. В этом году набрали популярность каскадные стрижки и длинные челки, которые модницы укладывают «шторками» на две стороны. Родом из прошлого и гиперобъем, который нашел отражение не только в одежде, но и в волосах - пышные начесы и крупные кудри стали весьма популярны. Вернулась в массы и укладка «мокрый эффект», которую выполняют с помощью геля или пены. Такой прической щеголяют не только девушки на улице, но и звезды на ковровых дорожках. В моде также различное смешение текстур: кудри с прямыми локонами, пудровый и глянцевый эффекты, игольчатые локоны с пышной текстурой и так далее и много всего подобного...

Воплощайте свои творческие идеи – современная мода не устанавливает правил и не знает ограничений. Главное, помните, что красота не требует жертв, она требует профессионального подхода.

Технолог LebeL Мария Токарева

LebeL

ALL YOUR OWN

Система красителей

MATERIA

Создай идеальный цвет

lebel.ru

В ПОИСКАХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Любой немного продвинутый в технологиях современный человек имеет аккаунт хотя бы в одной из соцсетей. Когда встает вопрос о продвижении собственных услуг или товаров, то стоит серьезно подойти к делу и узнать механизмы и принципы развития аккаунта в сети. Примеров миллионы, информации по теме масса, нравится многое, но есть боязнь повторения. Как найти свой стиль и начать действовать?
Есть готовые опробованные решения, которые легко адаптировать под свой профиль и начать привлекать аудиторию. Наиболее эффективной площадкой для продвижения в бьюти-сфере считается Instagram. И не без основания. О нем преимущественно и будем рассказывать.

Через социальные сети можно достучаться до любой аудитории независимо от пола, возраста, социального положения, и внушительная ее часть — это взрослые обеспеченные люди до 65 лет.
Треть своего личного времени интернет-пользователи проводят в соцсетях.
В среднем каждый пользователь, листая ленту и общаясь на интернет-площадках, проводит 2 часа 15 минут в сутки, а молодежь 16–24 лет — почти три часа.
Вывод прост: если вы не рассматриваете SMM в качестве канала для привлечения клиентов, то вы добровольно уступаете конкурентам внимание вашей целевой аудитории.
Половина всех пользователей соцсетей подписываются на страницы компаний, четыре из 10 интернет-пользователей подписаны на страницы любимых компаний, а четверть подписываются на бренды, когда планируют что-то купить.
Соцсети в 2018 году - главный источник информации. Все реже пользователи обращаются к Яндексу и Google, а ищут информацию сразу в социальных сетях.

Прежде чем начать работу с социальными сетями, нужно оценить свои реальные возможности.
Сегодня соцсети требуют достаточного вложения времени и денег. Ведение аккаунта в Instagram – это равноценная часть работы, требующая 1/3 вашего рабочего времени.

Какие задачи решают соцсети для beauty-мастера

Привлечение новых клиентов

Демонстрация своей востребованности

Демонстрация своей экспертности для существующих и потенциальных клиентов

Привлечение внимания к себе как к личности

Демонстрация портфолио, чтобы сказать «я так могу» и чтобы клиент мог сказать «сделайте мне так, как на фото»

Анонсирование инфоповодов: новостей, акций, предложений

ШАГ 1. Целевая аудитория и Tone of Voice

В самом начале часто эти словосочетания вызывают страх и мысли о чем-то сложном и невыполнимом. Но настоящие сложности с продвижением в Инстаграм могут появиться позже, если не понять эти важные вещи. Что и когда публиковать? Как и о чем писать? Отвечать на эти вопросы нужно отталкиваясь от того, кто ваш клиент.

Представьте себе – очень конкретно - вашего клиента: как он выглядит, какого он возраста, кем работает и сколько зарабатывает, что ждет от вас и в какой ситуации обратится. При работе с целевой аудиторией проявите эмпатию. Это позволит понять, как общаться с клиентом: какие слова и фразы использовать, какой выбрать тон или стиль коммуникации.

Стоит ответить на вопросы: «Какую пользу клиенту приносит то, что вы продаете или предлагаете? Предоставляйте информацию, за которую клиент будет вам благодарен.

Исходя из портрета вашего клиента разработайте ваш индивидуальный Tone of Voice, то есть тональность общения с подписчиками. Если вы ведете инстаграм как бьюти-мастер, отталкивайтесь от своей личной коммуникации с клиентами и общайтесь с подписчиками в той же манере. Не старайтесь выглядеть тем, кем вы не являетесь, но при этом не ленитесь становиться лучше и полезнее в том, что делаете для подписчиков.

Проанализируйте конкурентов. *Ведь конкуренты - не те, кто делает то же самое, а те, кто забирает ваши деньги. Посмотрите, как ведут аккаунты другие мастера с похожим набором услуг или товаров. Вы наверняка найдете что-то оригинальное в своей работе, в своих мыслях, в своем видении ситуации. Сформулируйте эти отличия, выпишите их и сформируйте уникальное торговое предложение в своем аккаунте. Тем самым вы привлечете свою аудиторию чем-то абсолютно новым и узнаваемым.*

ШАГ 2. Описание (шапка профиля)

Сделайте качественные фото для аватара с тематической привязкой к роду занятий (с ножницами или с кистью, например). Либо же просто красивое стильное фото. Возможно, у вас есть свой логотип или стоит его сделать.

Описание профиля должно быть структурированным и желательно с использованием эмодзи, название легкое и запоминающееся, далее имя или логичный псевдоним. Стоит очень лаконично указать вид деятельности, если есть - принадлежность к бренду, заслуги – на это обращают внимание пользователи, и конечно, контакты и обязательно каналы связи.

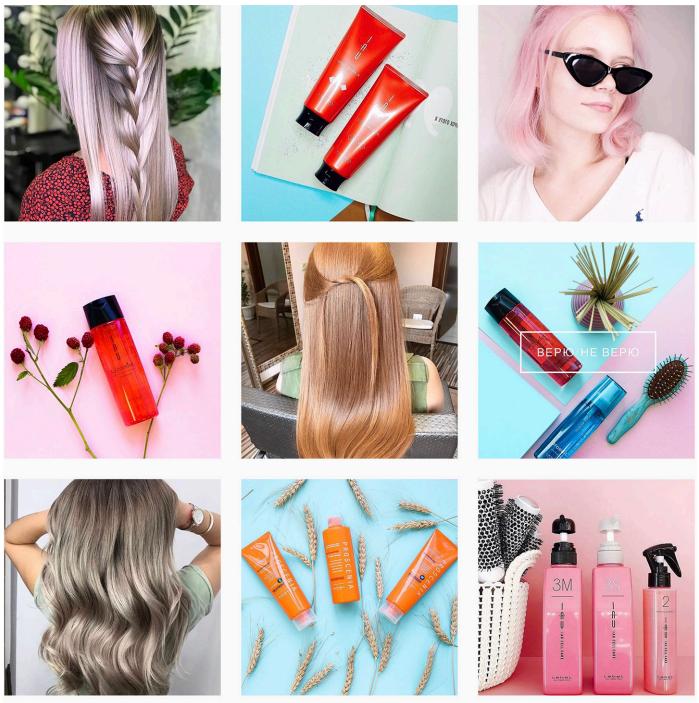
ШАГ 3. Контент

Если вы хотите продвигать страницу в Instargam, то первое, с чего стоит начать, – это грамотно оформить профиль. Любые платные и бесплатные способы продвижения в соцсетях теряют смысл, если у вас недостаточно привлекательно оформлен аккаунт.

Instagram — это, прежде всего, красивая эффектная картинка, которая цепляет взгляд. И только затем пользователь переходит к изучению остальной информации. Итак, одна из основных задач — зацепить картинкой. Здесь как раз можно поработать над стилем своего аккаунта.

Необходимо подумать над форматом подачи фотоконтента: цветовая гамма – в теплых или холодных оттенках, ракурсы, крупные или средние планы, коллажи, видео, рубрики и шрифты для них. Любая мелочь имеет значение, и продумать каждую нужно изначально. Сейчас создавать хорошие фото можно легко с помощью телефона.

Есть и определенные требования к написанию текста: он должен быть небанальным, грамотным, не очень длинным, разбитым на абзацы, актуальным, с цепляющим началом и небольшим количеством эмодзи.



LebeLrus

Нравится: 258 028

Важно, чтобы между строк проявлялась и ваша личность, на это люди идут, и именно в большинстве случаев эмоциональная составляющая закрепляет аудиторию за вами.

ШАГ 4. Хештеги и рубрики

Необходимо также заранее создать список хэштегов и наметить активные отметки, которые будете давать в описании. Это позволит повысить интерес к вашему профилю и быстрее привлечь подписчиков.

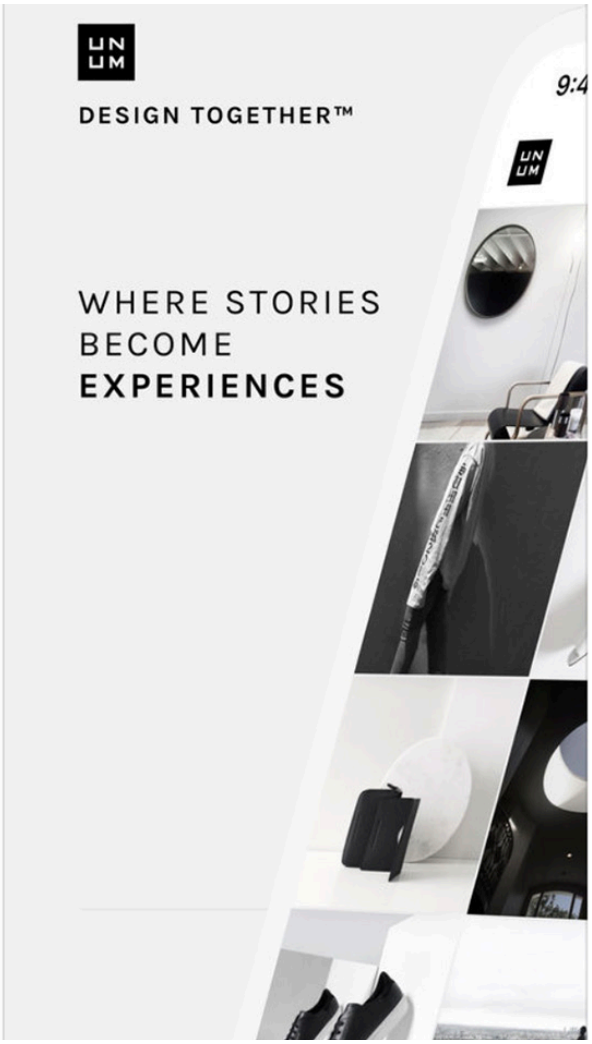
Рубрики - также важная часть аккаунта. Это те точки, где вы в полной мере можете проявить свою экспертность в профессии, выразить авторитетное мнение. Какие темы могут затрагивать рубрики? Например, все, что касается окрашивания, стрижек, ухода за волосами, причесок и укладок. Это могут быть мастер-классы, отзывы клиентов, фото «до/после», обзоры средств, тренды, акции, бэкстейдж любого мероприятия и много всего другого. Главное, придерживаться своего стиля, регулярности и новизны. Рубрики можно размещать в ленте под хештегом или в storis, закрепляя в highlights.

ШАГ 5. Активности

Выстраивайте отношения со своей аудиторией, вовлекайте в разговор – проводите опросы, голосования, прямые эфиры, организуйте конкурсы, делайте функциональные stories. И помните: все ваши действия в соцсетях должны быть регулярными.

Технические приемы продвижения аккаунта также необходимо изучить. Это проведение конкурсов, массфоловинг/масслайкинг, «живые» комментарии, таргетированная реклама, посев вирусных видео/фото, сотрудничество с блогерами, а также отметки на фото, в том числе брендов. Хорошо работают первые комментарии, активность и лайки на комментарии в популярных аккаунтах.

Отдельная тема — сотрудничество с блогерами. Количество блогеров, с которыми вы решили взаимодействовать — не гарантирует качество и бешеный приток фоловеров. Здесь стоит подробно изучить качество аудитории блогера, запросить статистику, грамотно разработать стратегию - ton of vois и работать с несколькими блогерами на долгосрочных условиях.



Вот несколько простых правил при съемке:

- Используйте однородный, однотонный фон, проверьте, чтобы на фоне объекта съемки не было лишнего, что будет отвлекать и портить кадр (грязных мисок, проводов от фена, сумок и пакетов клиента и т.д). Не обязательно использовать в качестве фона стену, можно сделать красивый кадр на фоне салона, если он выглядит лаконично и стильно.

- Позаботьтесь о хорошем направленном свете: поставьте модель напротив окна или направьте на нее кольцевую лампу, не фотографируйте против света.

- Хорошенько протрите камеру перед съемкой - мутное фото не спасти никаким фильтром.

- Наведите фокус на объект съемки, чтобы не оказалось, что самый удачный кадр по ракурсу был не в фокусе.

- Сфотографируйте объект с разных сторон, ищите такой ракурс, который продемонстрирует вашу работу максимально выгодно.

- Планируйте публикации в специальном приложении (например «UnUm»), там вы сможете заранее посмотреть, как будет выглядеть ваша лента с теми или иными фотографиями и выстроить ленту максимально красиво.
- Выкладывая видео, всегда выбирайте обложкой хороший кадр, не оставляйте черный или белый экран в вашей ленте.
- Следите за тенденциями контента в Инстаграм: коллажи, «отзеркаленные» фото и рамки с закругленными углами выглядят не модно.
- Графика на фото в ленте должна быть в одном стиле. Не увлекайтесь множеством приложений для написания текста на фото, если вы не графический дизайнер – всегда лучше использовать лаконичный черный шрифт в белом или черном цвете.
- Будьте осторожны с фото из личной жизни: прежде чем выложить фото с котиками, из музея, из отпуска или что-то еще, не имеющее отношение к профессиональной жизни, подумайте о своей ЦА и ее заинтересованности в этом контенте. Сделайте отдельный аккаунт для друзей, а в профессиональном выкладывайте свои фото с обучений, форумов и выставок.

ACADEMY

PRO

LebeL

@LEBEL_ACADEMY

АКАДЕМИЯ LEBEL

20 000 ₽

9-10 ИЮЛЯ

Сложные техники окрашивания. LEVEL 1. AIRTOUCH ORIGINAL

Вы научитесь самой востребованной технике окрашивания, позволяющей создавать плавные переходы и задавать необходимую глубину и объем цвета! Расходные материалы и модели для отработки предоставляются.

Продолжительность - 2 дня

20 000 ₽

6-8 АВГУСТА

Сложные техники окрашивания. LEVEL 2. AIRTOUCH ORIGINAL

Вы научитесь корректировать сложные случаи окрашивания, создавать красивый плавный рисунок и комбинировать техники для достижения наилучшего результата при сложной базе. А также познакомитесь с легендарной 5-й схемой разделения по технике Владимира Сарбашева. Семинар Level 2. AIRTOUCH создан для мастеров, которые владеют базовыми навыками техники AIRTOUCH и понимают, как важно профессионалу быть всегда на шаг впереди конкурентов!

Продолжительность - 2 дня

10 000 ₽

10 ИЮНЯ
17 ИЮЛЯ

Сложные техники окрашивания. LEVEL 2. СМЕШАННЫЕ ТЕХНИКИ

Как сочетать разные техники в одном окрашивании для достижения уникальных рисунков и эффектов. Знания, полученные на семинаре, позволят подбирать окрашивание индивидуально для каждого клиента. Курс для мастеров, владеющих сложными техниками окрашивания.

Продолжительность - 1 день

6 000 ₽

19-20 ИЮНЯ
17-18 ИЮЛЯ

ЯПОНСКИЕ ТЕХНИКИ МАССАЖА

Особенности японского SPA-ухода и японского массажа. Программы по уходу за кожей головы для восстановления и увлажнения кожи головы. Отработка выполнения правильных техник массажа. Показания и противопоказания массажа.

Продолжительность - 2 дня

ЗАПИШИТЕСЬ НА СЕМИНАР НА САЙТЕ

LEBEL.RU

Конкурсная работа
COLOR OF FASHION 2019
Елена Пилипишина
BRIGHT GEOMETRY